



5307213724

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL  
Y PUBLICIDAD I

TESIS DOCTORAL

**EL RUMOR Y SU INFLUENCIA EN LA CULTURA  
DE LAS ORGANIZACIONES.  
UNA INVESTIGACIÓN TEÓRICA Y BIBLIOGRÁFICA**

Se recuerda al lector no hacer más uso de esta obra que el que permiten las disposiciones Vigentes sobre los Derechos de Propiedad Intelectual del autor. La Biblioteca queda exenta de toda responsabilidad.

Doctorando:

**M<sup>a</sup> Elena Mazo Salmerón**

*Licenciada en Ciencias de la Información,  
rama de Publicidad y Relaciones Públicas,  
Facultad de Ciencias de la Información,  
Universidad Complutense de Madrid*

**Dado de Baja  
en la  
Biblioteca**

Director:

**Prof. Dr. D. Juan Benavides Delgado**

*Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad,  
Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I  
Facultad de Ciencias de la Información,  
Universidad Complutense de Madrid*

Madrid, 1996

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE  
DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA INFORMACIÓN

REGISTROS DE LIBROS

BIBLIOTECA GENERAL

Nº Registro **T.D. 428**

*h.o. x - 53-236437-5*

## ÍNDICE

---

## ÍNDICE

	Página
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
a. Consideraciones preliminares .....	1
a.1.- Proceso de formación de la doctorando .....	1
a.2.- Génesis, motivación y razones que explican el estudio del Rumor .....	3
a.3.- Material documental .....	5
a.4.- Agradecimientos .....	6
b. Delimitación del Objeto de Estudio .....	7
b.1.- Definición del concepto "Rumor" .....	8
b.2.- Análisis de la investigación previa sobre el Rumor .....	13
b.3.- Ampliación del "corpus" a partir de conceptos relacionados .....	14
b.4.- Estudio del tema central de la Tesis .....	14
b.5.- Profundización proporcionada por la Investigación Aplicada .....	17

**CAPÍTULO I.- METODOLOGÍA CIENTÍFICA Y TEORÍAS DE ACCESO 18**

I.1.- Método de trabajo . . . . . 20

I.2.- Metodología científica en las  
Ciencias Sociales . . . . . 22

I.3.- Aproximación teórica multidisciplinar  
para un problema comunicativo  
multidimensional . . . . . 36

**CAPÍTULO II.- APROXIMACIÓN MULTIDISCIPLINAR  
EN LA INVESTIGACIÓN DEL RUMOR . . . . . 49**

II.1.- En la Psicología Social . . . . . 51

II.1.1.- Los investigadores norteamericanos  
inician el estudio del Rumor  
durante la II Guerra Mundial . . . . . 51

II.1.2.- Creación de Oficinas encargadas  
de la prevención y represión del  
rumor en tiempos de guerra y  
nacimiento de las "Clínicas de  
Rumores" desde los medios de comu-  
nicación -Estados Unidos- . . . . . 77



II.1.3.- Reacción oficial del Gobierno de los Estados Unidos . . . . .	82
II.1.4.- La Investigación del Rumor en Francia: el rumor como modo de expresión "privilegiado" del pensamiento social . . . . .	83
II.1.5.- La Investigación del Rumor en España . . .	101
II.2.- En la Teoría de la Comunicación . . . . .	114
II.2.1.- La Investigación en Francia: Jean-Noël Kapferer . . . . .	115
II.2.2.- La investigación en España: Ricardo Gutiérrez Ballarín y José M <sup>a</sup> Hermida LLoret . . . . .	125
II.3.- En la Historia de la Comunicación . . . . .	166
II.3.1.- La "historia" de la historia . . . . .	166
II.3.2.- Principales aportaciones de los estudiosos del Rumor y de diferentes teóricos de la Historia de la Comunicación . . . . .	176
II.4.- En la Teoría del Discurso . . . . .	190
II.5.- En la Sociología . . . . .	198

II.6.- En la Psiquiatría . . . . .	204
II.7.- Cuadros-Resumen . . . . .	205

**CAPÍTULO III.- DEFINICIÓN DE UNIDADES CONCEPTUALES  
QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A  
LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR . . . . . 226**

III.1.- En la Psicología . . . . .	228
III.1.1.- El estudio de la Comunicación Persuasiva . . . . .	228
III.1.2.- La Percepción de la realidad . . . . .	239
III.1.3.- Los procesos psicológicos en la Interacción . . . . .	242
III.1.4.- El Testimonio . . . . .	243
III.1.5.- La Cultura . . . . .	248
III.1.6.- Intereses Vitales . . . . .	251
III.1.7.- El Prejuicio . . . . .	253
III.1.8.- La Frustración de los Deseos y los Mecanismos de Defensa . . . . .	270
III.1.9.- El Individuo y el Grupo . . . . .	276

III.1.10.- Mecanismos Cognitivos y Transformaciones Semánticas . . . . .	290
III.2.- En la Teoría de la Comunicación . . . . .	297
III.2.1.- Los actores de la comunicación: "ego" y "alter" . . . . .	305
III.2.2.- El Mensaje . . . . .	321
III.2.3.- Los Canales de la Comunicación . . . . .	358
III.2.4.- El Objeto y los Datos de Referencia . . . . .	361
III.3.- En la Historia de la Comunicación . . . . .	364
III.3.1.- El estudio de la Propaganda . . . . .	365
III.4.- En la Sociología . . . . .	382
III.4.1.- La Construcción Social de la Realidad: conocimiento e interacción en la vida cotidiana . . . . .	382
III.4.2.- El Pequeño Grupo . . . . .	403
III.5.- En la Sociolingüística . . . . .	410

III.6.- En la Semiótica . . . . .	423
III.6.1.- Semiótica Estructural . . . . .	423
III.6.2.- Semiótica Social . . . . .	436
III.7.- Cuadros-Resumen . . . . .	450
<b>CAPÍTULO IV.- EL RUMOR Y SU INFLUENCIA EN LA CULTURA DE LAS ORGANIZACIONES . . . . .</b>	<b>481</b>
IV.1.- Sobre el concepto de Organización . . . . .	483
IV.2.- Sobre el concepto de Cultura . . . . .	485
IV.3.- Características del Rumor frente a otras formas de comunicación de las organizaciones . . . . .	487
IV.4.- Contexto y situaciones favorables para el Rumor en las organizaciones . . . . .	499
IV.4.1.- Vida Cotidiana del trabajo . . . . .	499
IV.4.2.- Factores "Exógenos" a la organización . . . . .	503
IV.4.3.- Factores "Endógenos" a la organización . . . . .	504
IV.5.- El Proceso Comunicativo del Rumor en las organizaciones . . . . .	515
IV.5.1.- La Fuente del Rumor . . . . .	519

IV.5.2.- Los Actores del Rumor . . . . .	520
IV.5.2.1.- El Emisor del Rumor . . . . .	521
IV.5.2.2.- El Receptor del Rumor . . . . .	525
IV.5.3.- El Mensaje . . . . .	526
IV.5.4.- El Proceso de Transmisión del Rumor . . .	533
IV.5.5.- Funciones del Rumor en la Organización	541
IV.6.- Influencia del Rumor en la Cultura de las Organizaciones . . . . .	547
 <b>CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES . . . . .</b>	 <b>566</b>
 <b>APÉNDICE . . . . .</b>	 <b>587</b>
 <b>BIBLIOGRAFÍA . . . . .</b>	 <b>594</b>

## INTRODUCCIÓN

---

## **INTRODUCCIÓN**

---

### **a) CONSIDERACIONES PRELIMINARES**

---

#### **a.1.- Proceso de formación de la doctorando:**

María Elena Mazo Salmerón es Licenciada en Ciencias de la Información, rama "Publicidad y Relaciones Públicas", desde junio de 1987, por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Realizó los cursos de Doctorado y un trabajo de investigación en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I de la Facultad citada. El trabajo de investigación mencionado se centró en "La Comunicación interna de la empresa". Los cursos de Doctorado llevados a cabo han sido:

- La organización del relato en el discurso audiovisual- Dr. D. Juan Benavides Delgado.

- El discurso publicitario como discurso social- Dr. D. Juan Benavides Delgado.
- Métodos para la investigación del sistema de comunicación- Dr. D. Juan Antonio González Martín.
- Objetivos comunicativos y objetivos persuasivos- Dr.D. Francisco Carrera Villar.
- Utilización legítima de la persuasión en las relaciones públicas- Dr. D. Luis Solano.
- La comunicación no-verbal y su aplicación en la elaboración del mensaje- Dr. D. Miguel Angel Pérez Ruiz.
- Análisis de las Narraciones Gráficas: Dr. D. Antonio Lara.
- La Imagen Informativa: Dr. D. Enrique Torán.

La doctorando ha simultaneado esta preparación académica con el ejercicio de la profesión en los departamentos de Medios y Cuentas de Agencias de Publicidad (M&N, Delvico-Bates, McCann Erickson), en la empresa de información financiera TELERATE (Dow Jones), en la Dirección de Comunicación de la Empresa Pública IBERIA (Beca de la Fundación Empresa Pública) y en el INSTITUTO DE LA COMUNICACION PUBLICA S.A. (1989-1995) e IMPULSO DE COMUNICACIÓN (hasta la fecha), empresas privadas especializadas en las que ha desarrollado una amplia gama de servicios de comunicación e investigación para diferentes empresas e instituciones nacionales e internacionales, privadas y públicas (estrategias de comunicación, campañas de imagen, campañas informativas, planes de comunicación interna y en crisis, diseño y organización de diversos tipos de encuentros, jornadas y actos públicos,...etc.).

Por último, durante el curso 95-96 la doctorando ha impartido la asignatura de "Publicidad y Relaciones Públicas II" de 5º curso de Publicidad y Relaciones Públicas, en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Europea de Madrid- CEES.



Como resultado de las citadas experiencias y de la detenida observación realizada mientras desempeña su labor profesional, se ha ido interesando de forma especial por los procesos de comunicación interna en las organizaciones. Entre estos procesos, ha resultado del máximo interés uno de los temas más desconocidos en el ámbito de la comunicación que tiene lugar dentro de las organizaciones: el *Rumor*.

**a.2.-Génesis, motivación y razones que explican el estudio del "Rumor":**

*"Hay que saber asomarse al balcón,  
no conformarse con oír el rumor  
callejero"* Bertaux

Las razones de elección del estudio de esta forma de comunicación denominada "Rumor" son varias, entre las que destacamos las siguientes:

\* La especial predilección por el estudio de los procesos que configuran la desconocida y complicada red de comunicaciones que se entremezclan entre las personas que trabajan y conviven en las organizaciones. No tiene sentido hablar de este sistema sin hacer referencia a la riquísima, vasta y desconocida "comunicación informal" -concepto que incluye "a priori" todas las comunicaciones generadas por la organización informal de las organizaciones, y que habrá que estudiar su validez-. De este conjunto de mensajes que se entrelazan, el Rumor adquiere un especial protagonismo.

\* Mientras el Rumor es uno de los aspectos menos estudiados de la Comunicación interpersonal en las organizaciones, es uno de los principales focos de preocupación para la Dirección de éstas; supone, por tanto, todo

un reto tratar de abordarlo científicamente. En este sentido, es reveladora la conclusión obtenida por las investigadoras M<sup>a</sup> Dolores Casares y Carmen Caffarell al realizar un análisis cualitativo sobre 138 documentos sobre comunicación publicados entre 1987 y 1990. Sus resultados confirman, en parte, la sospecha anteriormente indicada, ya que sigue quedando mucho por hacer en materia de investigación sobre la "investigación aplicada".

Su interés se centró en el estudio de la investigación básica, excluyendo la investigación aplicada. Fueron analizados 138 documentos entre libros, artículos de revistas y tesis doctorales, de autores españoles que hubieran publicado en España.

Respecto a los tópicos de investigación, casi siempre considerados desde una perspectiva epistemológica, los temas trataban de investigar la comunicación humana, obviando la comunicación animal. Entre ellos, predominaban los estudios sobre procesos comunicativos y sociales en los que se implicaban los medios de comunicación.

En lo que se refiere a la comunicación humana las autoras indican en la página 111 que "se estudia únicamente la comunicación institucionalizada, siendo apenas perceptibles los intentos por investigar la comunicación informal, interpersonal y grupal". En la página 123 añaden "tal vez sea la mayor laguna que se detecta en la investigación española". (CACERES, M<sup>a</sup> D. y Carmen CAFARELL, Dic. 1992- Feb. 1993: 109-123)

\* Se trata de un concepto que va acompañado de una gran carga peyorativa; por ello resulta de gran interés contribuir a la desmitificación y aclaración de los mecanismos que lo causan y desarrollan.

\* Hemos querido tomar "el testigo" no sólo de Bertaux, sino también el lanzado por Michel Louis Rouquette al afirmar: "El cuadro teórico del Rumor queda, en gran medida, sin definir" (Rouquette, M.L., 1977: 104).

\* Frente a la creencia generalizada de que es imprescindible erradicar los rumores, tanto por parte de teóricos y profesionales del mundo de la comunicación, como por los dirigentes de diferentes organizaciones, queremos demostrar que es una forma de comunicación imposible de suprimir. No sólo no se puede prescindir de él, sino que debemos aprender a aprovechar su funcionamiento para reforzar la cultura de esa organización.

### **a.3.- Material documental.**

El material que ha servido de base a esta Tesis es resultado de una larga búsqueda de documentación relativa al "Rumor" (muy escasa) y otros temas relacionados, en Facultades especializadas en Comunicación y en otras Ciencias Sociales (Facultad de Ciencias de la Información de la Univ. Complutense de Madrid y de la Universidad Europea de Madrid-CEES, Facultad de Ciencias de la Información de Bellaterra -Universidad Autónoma de Barcelona- y Facultad de Ciencias de la Información de Bilbao, de la Universidad del País Vasco, Facultades de Psicología y de Ciencias Políticas y Sociología), en Bases de Datos informatizadas, en librerías especializadas y en publicaciones periódicas científicas y profesionales sobre comunicación.

#### **a.4.- Agradecimientos:**

A los profesionales de la comunicación con los que he tenido que compartir el día a día de esta profesión y a las empresas y demás organizaciones con las que he ido obteniendo experiencia profesional en este campo de la comunicación interna, lo que me ha ayudado a enfocar y analizar con mayor precisión esta parcela del mundo de la comunicación.

A las demás personas e instituciones que con su aliento y continua aportación de referencias y documentos han hecho posible que este trabajo llegue a su fin, con un mínimo de rigor científico. A las Bibliotecas y Servicios de Documentación consultados, y en especial, los de las Facultades de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y de la Universidad Europea de Madrid, ya que por medio de sus aportaciones bibliográficas y documentales logré ampliar mis fuentes para la Tesis.

Mención especial merece el agradecimiento a mis padres, ambos *universitarios, profesores e investigadores, por haber guiado mi formación académica hacia la inquietud constante, por haberme infundido ánimo, y por servirme de ejemplo en el rigor y espíritu de trabajo necesario para emprender cualquier investigación científica.*

Por último, al Director de esta Tesis, el Doctor Don Juan Benavides Delgado, gran amigo y destacado teórico de la Comunicación, por haber *mostrado gran interés por el tema que nos ocupa, y porque, gracias a su continuo estímulo y orientación he podido desarrollarlo con profundidad.* Su flexibilidad y sugerencias han sabido encauzar mi preocupación inicial por el "Rumor", permitiendo dar forma a un concepto de gran complejidad y escaso de dedicación científica.

## b) DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

---

Esta Tesis Doctoral, que nos atrevemos a calificar con el adjetivo de **"Monográfica"**, versa sobre una cuestión muy específica sobre la que queremos realizar un análisis detenido, riguroso y profundo que conduzca a nuevas aportaciones científicas sobre el objeto de estudio. Aunque el tema sea concreto y específico, esta investigación teórica aborda su objeto de estudio partiendo de un "punto cero" y con una visión panorámica que hemos considerado necesaria al encontrarnos no sólo con una falta de sistematización de la investigación llevada a cabo hasta el momento sobre el rumor, sino con muy diferentes puntos de vista que explican la gran diversidad de autores y disciplinas.

El problema, o mejor, el objeto de estudio de esta Tesis es el **proceso de comunicación denominado RUMOR**. Para acotar su amplia área de acción en la compleja red de comunicaciones humanas queremos centrar su estudio en el ámbito de los **procesos de comunicación internos en la Organización** y se va a considerar como una **forma de comunicación**, que utiliza **canales informales** - más adelante se verá si este adjetivo es el adecuado-, y **puede tener una especial influencia** -y el siguiente será el objeto central de este trabajo- **en la cultura de dichas organizaciones**.

Ya en este primer párrafo sugerimos numerosos conceptos que habrá que delimitar: Rumor, Comunicación Informal, Cultura, Organización.

Puesto que la definición de cada uno de estos conceptos va a ser tratada en los capítulos destinados a ello, ahora se abordarán **los límites de la investigación sobre el tema elegido, las áreas de estudio que "a priori" habrá que tratar y las dificultades encontradas.**

### **b.1.- Definición del concepto "RUMOR"**

Antes de profundizar en el significado de este concepto, vamos a tratar de poner límite a las acepciones que se utilizan en esta Tesis. A continuación se enumeran definiciones y sinónimos que son atribuidos a la palabra "Rumor": **los que aparecen en negrita son los que se consideran válidos para esta investigación.**

#### **b.1.1.- Definición del concepto "Rumor"**

\* **La Real Academia Española**, en su 21ª Edición del Diccionario de la Lengua Española (Madrid, 1992) define este concepto de la siguiente forma:

Rumor (Del lat. "rumor", -óris). *m.* **Voz que corre entre el público//.**

2. Ruido confuso de voces//
3. Ruido vago, sordo y continuado//
4. Argent.V. usina de rumores.

Rumorar. *intr.*Amér. **Correr un rumor entre las gentes.** U.t.c.tr.

Rumorear. intr. Sonar vaga, sorda y continuadamente//  
 2. prnl. **Difundirse vagamente entre las gentes, dicho de noticias.** U.t.c.tr.

Rumoroso, sa. adj. Que causa rumor.

\* En el **Diccionario Ideológico de la Lengua Española de J. Casares (1952)** encontramos las siguientes acepciones:

Rumor: **Voz que corre entre el público.**  
 Ruido confuso de voces.  
 Ruido sordo y continuado.  
 Son  
**Voz común**  
**Voz vaga**  
**Opinión pública**  
**Noticia**  
 Hablilla  
 Cuento de horno  
**Fábula**  
 Tole-Tole  
 Faloria  
 Chisme  
 Chismografía  
 Murmuración

\* El **Diccionario de aforismos, proverbios y refranes de Jorge Sintés Pros (1961)** aporta la siguiente connotación:

Rumor: "Cuando el río suena, agua lleva" (Se quiere dar a entender que **todo rumor o hablilla tiene algún fundamento**).

\* En el **Thesaurus -Gran sopena de sinónimos y asociación de ideas** de David Ortega Caveró (1988) se encuentra gran riqueza de sinónimos:

Rumor:s.	díceres	Rumorear-se:s.	sonar
	abejorreo		runrunear
	runrún		murmurar (v)
	runruneo		comadrear
	murmullo (v)		cuchichear
	murmurio		<b>secretear</b>
	susurro (v)		bisbisear
	zumbido		<b>comentarse</b>
	ruido (v)		cotillear
	toletole		susurrar (v)
	voz (v)		<b>divulgar (v)</b>
	bisbiseo		<b>circular</b>
	son		<b>correr</b>
	mareta (v)		<b>lanzar</b>
			<b>promover</b>
s.	hablilla		<b>informar (v)</b>
	fema (v)		<b>publicar</b>
	chisme (v)		esparcirse



	murmuración (v)		<b>decir</b>
	faloria		<b>repercutir</b>
	habladuría		<b>andar de boca en boca</b>
	cuento		
	comadreo	Rumoroso: s.	murmurante
	gallorfa		susurrante
	borrego		cantarín
	patraña		siseante
	infundio (v)		sibilante
			sonoro (v)
s.	<b>difusión (v)</b>		
	<b>noticia (v)</b>	s.	vaporoso
	<b>eco (v)</b>		suave (v)
	<b>repercusión</b>		<b>continuado</b>
	<b>resonancia</b>		plácido
	<b>publicidad</b>		tranquilo
	<b>publicación</b>		tenue (v)
			leve
a.	silencio		
	discreción		
	<b>verdad</b>	Rumorear-se:a.	callar-se
	<b>certeza</b>		<b>silenciar-se</b>
			<b>limitar-se</b>
			<b>censurar-se</b>
			<b>prohibir-se</b>
			<b>retener-se</b>
		Rumoroso: a.	callado
			silencioso
			inaudible
			fuerte

\* Por último, la **"International Encyclopedia of Communications"** publicada por **"The Annenberg School of Communications"** de la **Universidad de Pensilvania en 1989**, aporta esta definición:

**Rumor:** Información no verificada que puede resultar tanto verdadera como falsa; o, el proceso por el cual esa información es transmitida y difundida (traducción de M<sup>a</sup> Elena Mazo del texto "An unverified report that may turn out to be either true or false; or, the process by which such a report is carried forward and diffused").

**b.1.2.- Conceptos de utilidad que se deducen de la relación anterior y que van conformando el significado de "Rumor" para esta Tesis**

- \* **Información no verificada.**
- \* **Proceso de difusión vago entre las "gentes".**
- \* **Emisor que lanza un mensaje con una intención (intencionalidad que queda clara en la palabra "fábula").**
- \* **El emisor elige cuidadosamente al receptor por tratarse de una comunicación "secreta" para otros: transmisión selectiva.**
- \* **Este receptor seleccionado se transforma inmediatamente en emisor de ese mensaje: encadenamiento en el proceso de transmisión.**

- \* **Mensaje fundamentalmente oral:** se transmite de boca en boca y con gran rapidez -efecto eco-. Esta característica permite que el mensaje se haga público en un período muy corto, lo que resulta contradictorio con su "secretismo".
- \* Emplea lenguaje común -cotidiano-.
- \* Tiene cierta carga de **ambigüedad: crea -o utiliza- la confusión.**
- \* **Siempre transmite información de importancia-es noticia**
- \* Es significativo, según se verá mas adelante, que las palabras que aparecen como antagónicas del "Rumor" son verdad y certeza.

## **b.2.- Análisis de la investigación previa sobre el Rumor**

La escasa documentación sobre el tema y la mencionada falta de sistematización de los estudios sobre el Rumor, nos han obligado a **recopilar, analizar y ordenar la investigación realizada sobre el rumor hasta el momento, desde las diferentes disciplinas científicas que lo han tratado** -Capítulo II-: la Psicología Social, la Teoría de la Comunicación, la Historia de la Comunicación, la Teoría del Discurso, la Sociología y la Psiquiatría.

Los autores que van a ser tratados en este segundo Capítulo son, **única y exclusivamente, los que han estudiado algún aspecto sobre el Rumor.**

**b.3.- Ampliación del "corpus" a partir de conceptos relacionados**

Pero no nos podemos limitar en esta investigación a analizar lo que otros ya han aportado. Además hemos considerado necesario investigar **nuevas unidades conceptuales desde esos campos científicos** -e incluso desde algún otro más: la Sociolingüística y la Semiología- **que pueden ayudarnos a comprender mejor el mecanismo del Rumor**: la comunicación persuasiva, la percepción de la realidad, la interacción, el testimonio, la cultura, los intereses vitales, el prejuicio, los mecanismos de defensa, los actores de la comunicación, el mensaje, los canales de la comunicación, el objeto y los datos de referencia, la propaganda, etc...- ver Capítulo III-.

**b.4.- Estudio del tema central de la Tesis desde un punto de vista teórico: la influencia del rumor en la cultura de las organizaciones.**

Una vez establecido el necesario "corpus" multidisciplinar teórico del Rumor a partir de la sistematización de la investigación previa a esta Tesis sobre el mismo, **se desarrollará en el Capítulo IV, el tema central de ésta, bajo las siguientes consideraciones:**

\* El Rumor se define como una forma de **comunicación interpersonal** que utiliza el **lenguaje oral** como vehículo principal y que, por ello, entraña una gran dificultad de estudio.

\* El **lenguaje oral**, que en su manifestación pública y oficial si ha sido estudiado a lo largo de la historia de la humanidad -desde Aristóteles, con su "Retórica" hasta la época actual caracterizada por la superinformación- ha sido descuidado sistemáticamente hasta nuestros días en sus **manifestaciones "no formales"**: algunos estudiosos que han tratado este tema de soslayo y los responsables de comunicación y relaciones humanas de muchas organizaciones ni siquiera consideran este tipo de comunicación susceptible de análisis, ni una forma "digna" de comunicar mensajes entre los empleados y la dirección. "Hay que erradicar los Rumores" es la frase más frecuente respecto a él.

\* El Rumor "no respeta estructuras formales de organización" y se produce siguiendo unas redes de comunicación que no coinciden con las redes establecidas por la organización "formal" o el organigrama de la Organización. Tendremos que estudiar si efectivamente ocurre así o, por el contrario hay algún tipo de "respeto" entre una y otra.

\* Si a esto añadimos que el area de estudio es el **entorno laboral y la vida cotidiana del trabajo** en las Organizaciones, que discurre simultáneamente a nuestra actividad diaria -por lo que es difícil de observar- entenderemos por qué no se ha dedicado mucha tinta a esta forma de comunicación.

\* ¿En que **contexto o situaciones se originan los Rumores**? en principio podemos afirmar que se producen diariamente como fruto de las relaciones cotidianas entre los individuos de un determinado grupo u organización en relación con otro u otros individuos de su mismo o de otro grupo. Las **situaciones de confusión, conflictos o crisis** parecen ser un especial caldo de cultivo de Rumores y habrá que estudiar muchos otros momentos que diversos autores sostienen propician su creación o difusión - secretismo, ocultación de información, desproporción en los procesos de

comunicación..., etc-.

\* El Rumor implica **todo un proceso comunicativo**: no se agota en la simple formulación de un relato. Adquiere su interés por su significado, las relaciones interpersonales que fomenta y excluye, y la sucesiva transmisión selectiva. El Rumor tiene unas **características en su proceso de creación y, sobre todo difusión, que lo caracterizan**. Trataremos de delimitarlas en posteriores capítulos.

\* Así, **el Rumor adquiere unas funciones** que habrá que precisar (en procesos de desinformación, inestabilidad, ruptura o creación de nuevos contextos). En este trabajo de investigación intentaremos dar solución al hecho sugerido de que el Rumor también responde, como toda comunicación humana, a una **intencionalidad de un emisor** respecto a sus receptores y transmisores. Es posible que, a partir de estas funciones, se pueda proporcionar una tipología del rumor.

\* Una vez conocidos los mecanismos que originan el Rumor y favorecen su desarrollo, tendremos que estudiar **cómo afecta a una Organización la existencia y transmisión de un RUMOR**. En esta Tesis se van a analizar los procesos internos (sociológicos, psicológicos, semiológicos, metafóricos...) e influencias que el Rumor desencadena dentro de la Organización, así como sus consecuencias de cara a configurar la identidad de la citada organización.

\* La influencia de un Rumor como proceso de comunicación que actúa sobre la **comprensión del funcionamiento de la organización** por parte de los individuos que la forman y sobre las actitudes hacia su propia empresa o institución, queremos contrastar con los **procesos de configuración y cambio de su cultura**.

**b.5.- Profundización proporcionada por la Investigación Aplicada.**

Aristóteles afirmó que "no hay nada más práctico que una buena teoría". Por ello, consideramos necesario dedicar esta Tesis a construir una plataforma teórica adecuada y completa antes de aventurarnos a realizar investigación aplicada al funcionamiento del Rumor en las organizaciones. Sin esta base teórica, el riesgo de fundamentar la investigación en consideraciones erróneas sería alto.

Debemos dejar constancia que este trabajo de investigación sólo nos marca el principio de la investigación del Rumor. A nuestro juicio entendemos que a partir de las aportaciones de este trabajo estaremos en condiciones de diseñar una investigación aplicada más adecuada desde su inicio y mucho más contrastable en sus conclusiones. Con este espíritu y con esta esperanza hemos realizado la presente tesis doctoral.

**CAPÍTULO I.- METODOLOGÍA CIENTÍFICA Y  
TEORÍAS DE ACCESO**

---



## **CAPÍTULO I.- METODOLOGÍA CIENTÍFICA Y TEORÍAS DE ACCESO**

---

***<sup>1</sup> "Ningún hombre de temperamento científico afirma que lo que ahora es creído en ciencia sea EXACTAMENTE verdad; afirma que es una etapa en el camino hacia la verdad..."***

**BERTRAND RUSSELL**

Sierra Bravo, en la misma página de su obra en la que realiza la cita de B. Russell (Sierra Bravo, R, 1988: 23), recuerda las siguientes palabras de Mario Bunge (1972, 189) al respecto "el conocimiento científico es, por definición, el resultado de la investigación realizada con el método y el objetivo de la ciencia".

---

<sup>1</sup> Esta cita ha sido seleccionada por el Profesor Titular de Métodos y Técnicas de Investigación Social de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid R.Sierra Bravo, en su obra "Tesis Doctorales y trabajos de investigación científica" publicada en 1988, para transmitir la filosofía que debe presidir la búsqueda del conocimiento científico.

Este autor, que ha dedicado gran parte de su obra a aclarar con precisión cómo se debe investigar, concluye este capítulo dedicado a la ciencia con la defensa de la investigación científica como el más firme fundamento de la actuación del hombre para el conocimiento, utilización y dominio del mundo que nos rodea.

De acuerdo con la afirmación anterior de Mario Bunge, debemos trabajar, al menos, con un método y un objetivo científico. En los apartados anteriores hemos delimitado el objetivo de esta investigación y el marco de estudio. En este capítulo abordaremos algo todavía más importante; la metodología de investigación que nos ha permitido introducirnos, en palabras de Russell, en "una etapa en el camino hacia la verdad" del Rumor.

### **I.1.- Método de trabajo: recopilación de material, sistematización, reflexión y redacción**

De acuerdo con la naturaleza teórica de esta investigación y de los escasos estudios realizados al respecto, la fase inicial de recopilación del material nos ha resultado de extrema dificultad. Este primer paso fue seguido de la interpretación de su contenido, la sistematización temática en fichas, la elaboración de esquemas y guiones de trabajo, y la redacción final, con la consiguiente aportación personal y reflexión sobre la información obtenida.

En todo momento hemos perseguido la calidad de las fuentes bibliográficas y documentales para asegurar la precisión y coherencia de las teorías y planteamientos expuestos.

La fase de recopilación de material relacionado con este tema se ha prolongado casi hasta la fase final de revisión de este escrito. La sistematización y reflexión continua sobre el material obtenido y trabajado nos permiten afirmar que en absoluto podemos darnos por satisfechos: el rumor debe seguir estudiándose día a día, paso a paso, para recuperar el gran vacío que la Historia, fundamentalmente escrita, ha permitido con este proceso con el que vivimos diariamente y al que nunca se le concedió la importancia que merece en la comunidad científica.

La actitud que hemos adoptado con respecto al conocimiento precedente sobre este proceso de comunicación al que llamamos Rumor varía en cierta forma de la que R. Sierra Bravo defiende en su obra. Él manifiesta que la postura del investigador debe ser de independencia de juicio y de ruptura respecto al conocimiento anterior (Sierra Bravo, R. 1988: 53). Estamos de acuerdo con él en la independencia de juicio y en la ruptura respecto a las teorías precedentes. Pero el conocimiento anterior sobre el Rumor tiene las siguientes características, que nos obligan a dedicar un amplio capítulo de esta Tesis a la sistematización de la enorme dispersión de ese conocimiento previo:

- \* El rumor ha sido estudiado por pocos investigadores de muy diferentes disciplinas científicas.
- \* No existe una sistematización previa del conjunto de conocimientos anteriores sobre el Rumor.
- \* El rumor es un proceso de comunicación común y cotidiano cuya existencia nadie discute. Se produce a diario en los diferentes ambientes sociales en los que los individuos conviven (familia, comunidad, empresa u organización, medios de comunicación...), pero pocas veces se explicita la reflexión sobre su funcionamiento.

## 1.2.- Metodología científica en las Ciencias Sociales

La metodología científica seguida en la elaboración de esta Tesis ha sido la que corresponde en un trabajo de investigación teórica dedicada al análisis de un hecho comunicativo, que se desarrolla en contextos sociales. Proceso lleno de dificultades, entre las que subrayamos las siguientes:

### *a) La necesaria aceptación de todo saber y análisis crítico*

Se parte de la aceptación de todo saber acerca del "Rumor": "alejaré apriorismos y prejuicios" (Castilla del Pino, Carlos, 1970: 17). Este mismo autor (Castilla del Pino, Carlos, 1979:99) delimita el saber auténtico con la siguiente declaración: "un saber es auténtico cuando se ajusta y adecúa a los hechos y constituye una explicación de los mismos **verificable**<sup>2</sup>(susceptible de comprobación) y **comunicable**" (Castilla del Pino, C, 1970: 21). Por lo tanto, se aplicará la **visión crítica necesaria para valorar su validez**<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Carlos Castilla del Pino, en su obra citada en la Nota 4, aborda **el problema de la verificabilidad de lo abstracto**: para el autor, "verificabilidad no quiere decir tangibilidad del resultado". En la lógica, "se tratan de obtener evidencias tras unos supuestos dados como axiomáticos. La **verificabilidad**, aquí, se obtiene en el nivel superestructural de una realidad que es el pensamiento puro, mediante la consecución de una evidencia (Castilla del Pino, C., 1970: 52).

<sup>3</sup> C. Castilla del Pino sugiere evitar la palabra "verdad", por las connotaciones místicas y absolutizadoras que la acompañan, y sustituirla por el concepto "**validez**", que aporta a la Ciencia el carácter historicista de todo saber: "lo válido hoy no tiene porqué ser válido siempre". Este autor deja claro que "cuando un saber invalida a otro anterior, lo hace para nuestras posibilidades instrumentales, no en su significación histórica". Y añade: "el saber aportado, una vez que emerge del mero saber cuestionable para convertirse en saber comprobable y comprobado, tiene una autonomía que procede, precisamente, del hecho de haberse tornado, al mismo tiempo, saber comunicable...Es más que dudoso que un saber auténtico pueda ser

*b) La teoría como el único método válido para interpretar la realidad*

Una vez aceptado todo saber, se seguirán los pasos citados por Castilla del Pino: "nos servimos de la teoría y la hacemos nuestra, en tanto ella nos aporta un método válido para aprehender más completamente la realidad, interpretarla y, finalmente, transformarla" (Castilla del Pino, C, 1970: 45).

En este proceso de transformación se acercan la Teoría y la práctica en una relación recíproca que permite llevar el saber teórico hacia el contexto que lo condiciona, y evitar el riesgo de que el saber se convierta en ideología, sin verificación en la práctica. Para ello, el método dialéctico que propone este autor ayudará a descubrir las relaciones que se establecen entre los miembros de la estructura de una realidad, que son preexistentes al descubrimiento del método mismo. (Castilla del Pino, C., 1970: 81-83).

*c) Problemas metodológicos inherentes a las Ciencias Sociales*

El estudio del "Rumor" se puede incluir en el marco general de estudio de las **ciencias sociales**. En este contexto se definen como **problemas metodológicos del carácter científico de las ciencias sociales** los siguientes (Juan Díez Nicolás, 1986):

- \* El control de los experimentos (de las variables). En el caso del

---

comenzado y concluido por uno mismo. Una obra científica es siempre un proceso y los procesos históricos juegan con dimensiones de tiempo superiores a nuestros breves tiempos personales" (Castilla del Pino, C, 1970:25-37).

estudio del "Rumor", este problema se acentúa puesto que se desvirtuaría el proceso natural del Rumor si prescindimos de su espontaneidad.

\* Los hallazgos no pueden ser considerados universales. La relatividad cultural e histórica añaden provisionalidad a los resultados de la investigación.

\* Como el hombre cambia, la predicción sociológica es siempre probabilística, ya que la libertad humana introduce un factor de incertidumbre.

\* Dificultad de ofrecer explicaciones objetivas por el carácter subjetivo de los fenómenos sociales y de los juicios de valor del investigador -aunque se tratará de mantener en todo momento la neutralidad debida para no caer en el reduccionismo teórico-. Con sus propias palabras (Diez Nicolás, J., 1986: 147) "la objetividad parece reducirse a poco más que un cierto acuerdo intersubjetivo entre los propios científicos sociales".

A estas dificultades cabe añadir las que apunta Alfonso Ortí en la obra editada por Juan Manuel Delgado y Juan Gutiérrez sobre los Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales (Delgado, J.M. y Juan Gutiérrez, 1994: 85-93):

- "La Ciencia Social surge como un proyecto integral de conocimiento, previsión e intervención en el proceso de rápido y turbulento cambio de las relaciones sociales fundamentales. Este proyecto integral, articulando teoría y práctica, en torno a la idealizada "razón"... , presupone la visión del orden social como totalidad en marcha".

- El hecho de que los procesos de interacción social impliquen tanto aspectos simbólicos como elementos medibles, y supongan una pluralidad de contextos, a los que corresponden por su distinta naturaleza epistemológica una pluralidad de métodos y técnicas de observación, análisis e interpretación, obliga al investigador a decidir qué enfoque y técnica debe ser aplicada para cada aspecto y dimensión específica de los procesos sociales.
- El hecho de que el investigador social (A.Ortí recuerda estas palabras de Jesús Ibañez (1986)) se convierte así en un "sujeto en proceso, abierto a la multidimensionalidad de lo real".
- En los procesos sociales se encuentran exigencias específicas de dimensiones y problemas epistemológicos de naturaleza heterogénea debido a la contraposición entre la dimensión simbólica de los procesos sociales (que encuentra su resolución metodológica en la investigación cualitativa) frente a una dimensión fáctica (que constituye el campo de los "objetos mensurables" propio de la investigación cuantitativa.
- El hecho de que se distingan tres niveles, al menos, en la realidad social:
  - a) El nivel de los hechos: constituido por la puesta en evidencia de cuanto acontece o se hace. Este nivel resulta evidente en el nivel de lo manifiesto o consciente, y es cuantificable.
  - b) El nivel de la significación: que muestra la existencia de un universo de los discursos enmarcado en un sistema de signos. Se trata de proposiciones comunicativas coherentes por su articulación significativa, definidas por una relación codificada entre significante y significado. En este nivel, la institucionalización de las cosas no otorga la misma significación en una cultura u otra, ya que cada cultura impone su propio sistema de códigos.
- A. Ortí menciona que junto a los "culturemas" -o unidad significativa de una cultura-, los discursos suponen también "ideogramas" -orientaciones de valor, proposiciones ideológicas-. Estos dos conceptos permiten la confluencia del enfoque cualitativo con el cuantitativo.

c) El nivel de las motivaciones: fuerzas motoras, deseos, que responden al porqué de la interacción social. La motivación supone la intencionalidad y el sentido, consciente o no, que conforman los procesos proyectivos. Este nivel resulta interpretable sólo a partir de enfoques cualitativos hermenéuticos.

En cuanto a las metodologías aplicadas en el estudio de los procesos de comunicación, M<sup>a</sup> Dolores Cáceres y Carmen Caffarel distinguen en su estudio sobre la Investigación sobre Comunicación en España las siguientes formas (Cáceres, M<sup>a</sup> D. y C. Caffarel, Dic.1992-Feb. 1993: 113):

a) Adscritas a corrientes de pensamiento consolidadas dentro de las ciencias sociales:

- a.1) Estructuralismo.
- a.2) Conductismo: muy escasas.
- a.3) Dialéctica: muy escasas.
- a.4) Heurística.

b) Acercamiento metodológico al objeto de estudio -métodos de trabajo fundamentalmente-. Los más frecuentes en la investigación en comunicación son, según estas autoras:

- b.5) Descriptivo-analítico: es el método más utilizado por los investigadores españoles en comunicación. Consiste en delimitar los aspectos descriptivos, resaltar el carácter histórico, la revisión bibliográfica, la clasificación y elaboración de tipologías...
- b.6) Teórico: basado en la reflexión teórica.
- b.7) Empírico: centrado en el análisis de contenido de lo difundido a través de los Medios de Comunicación, trabajos cuantitativos, estadísticas...
- b.8) Didáctico.
- b.9) Divulgativo.



La clasificación anterior se debe completar, a nuestro entender, con:

- \* Los estudios de tipo comparativo.
- \* Los estudios sobre relaciones entre las características o variables de los fenómenos.
- \* Los estudios sobre causas-efectos: que expliquen total o parcialmente el funcionamiento de determinados fenómenos.
- \* Los estudios de verificación o comprobación de teorías científicas anteriores y su validez para otras circunstancias espaciales o temporales.

Miguel Beltrán, a propósito del estudio de la realidad social, caracteriza a las ciencias sociales de la siguiente forma:

- \* El objeto de estudio es subjetivo, ya que todo fenómeno a estudiar posee subjetividad y reflexividad propias.
- \* El conjunto social no es un "producto natural", es un "producto histórico" tremendamente determinado por una herencia genética y cultural.
- \* Cualquier proceso social tiene una gran complejidad.
- \* La realidad social es una realidad con significados compartidos intersubjetivamente y expresados en el lenguaje. Esos significados no son simples creencias o valores subjetivos, sino elementos constitutivos de la propia realidad social.

Ante esta realidad social, Beltrán sugiere cinco vías de acceso (Beltrán, M., 1985: 13-38), cada una de las cuales se adecúa al objeto de estudio que se designe:

a) Método histórico: estudia el curso de la Historia y centra en la variable "tiempo" el estudio de la realidad social. En nuestra tesis el método histórico va a ayudarnos a conocer las causas de determinadas características del proceso de creación, transmisión y percepción del Rumor.

b) Método comparativo: sustituye en las ciencias sociales al difícil método experimental propio de las ciencias físico-naturales. Según Beltrán, este método surge como consecuencia de la diversidad y se desarrolla como "el recurso a la comparación sistemática de fenómenos de diferente tiempo o ámbito espacial, con objeto de obtener una visión más rica y libre del fenómeno perteneciente al ámbito o época del investigador, o de articular una teoría o explicación que convenga a fenómenos que trasciendan ámbitos o épocas concretas" (Beltrán, M., 1985: 14). Un análisis comparativo pormenorizado ayuda a descubrir relaciones causales entre fenómenos aparentemente alejados en el tiempo y en el ámbito de su investigación.

Al hilo de esta reflexión, uno de los objetivos que creemos debe perseguir este proyecto de investigación sobre el Rumor es la búsqueda, mediante el método comparativo, de interrelaciones entre las diferentes aportaciones de los investigadores que han profundizado en el tema. Una vez aclarados y comparados esos conceptos, estaremos en condiciones de aportar algo más al conocimiento científico sobre el Rumor.

c) Método crítico-racional: la consideración de la racionalidad de los fines sociales no tiene por objeto dar como absolutos ninguno de ellos, sino más bien "corromper" la fe en el pretendido carácter absoluto de alguno de ellos. Miguel Beltrán afirma respecto a este método que "la ciencia social como tal no debe asumir la tarea de fijar los fines sociales, sino sólo que éstos sean susceptibles de una consideración científica racional y crítica" (Beltrán, M., 1985: 18).

d) Método cuantitativo: este método no significa que anule todo elemento cualitativo puesto que el conocimiento que produce es cualitativo. Castillo (1972: 126) delimita este concepto perfectamente con estas palabras "una propiedad cuantitativa es una cualidad a la que se le ha asignado un número". Se designa método cuantitativo a aquel que se basa en una medición de la información obtenida, a través de la estadística y el lenguaje matemático.

e) Método cualitativo: este método se complementa con el anterior y, en palabras de Miguel Beltrán, *"opera a partir de la renuncia a la ilusión de la transparencia del lenguaje"* (Beltrán, M., 1985: 34). Jesús Ibañez (1979) completa esta afirmación con otra, a nuestro entender, excesivamente rotunda: *"La tecnología estadística ocupa un lugar subordinado a la tecnología lingüística, pues contar unidades es una operación posterior y lógicamente inferior a la de establecer identidades y diferencias"*.

Jesús Ibañez analiza una de las vías características del método cualitativo: el Grupo de Discusión -que proviene de la entrevista en profundidad-. Este método agrupa a entre cinco y diez personas y analiza el discurso producido entre ellos a partir de dos niveles: el empírico, en el que el grupo se manifiesta; y el teórico, que interpreta al primero y lo analiza. El diseño de la conversación mantiene una estructura abierta.

Otra forma metodológica cualitativa es la Observación Participante, que Beltrán define en estos términos *"la captación reflexiva del sentido subjetivo que se manifiesta en el comportamiento observado, y de su significación social objetiva es, pues, una premisa indispensable de la objetividad científica, de la observación en general"*.

Según cita Beltrán en su obra, Whyte escribió la siguiente enunciación en su obra *"Street Corner Society"* (1961): *"lo que la gente me dijo me ayudó a explicar lo que había sucedido, y lo que yo observé, me ayudó a explicar lo que la gente me dijo"* (Beltrán, M., 1985: 35).

En la exposición anterior de Beltran sobre sus propuestas metodológicas, queda sin solucionar el proceso de reducción de la mutidimensionalidad de los procesos sociales. En el apartado 1.3.- lo abordaremos de la mano de Fernando Conde (Delgado, J.M. y Gutierrez, J., 1994: 97- 119).

*d) Problemas metodológicos derivados del estudio del rumor*

d.1) La comunicabilidad del análisis fenomenológico.

Un problema que surge en la investigación del "rumor" es el de la **comunicabilidad del análisis fenomenológico**, problema estudiado en especial por C. Castilla del Pino. El autor considera que "sólo a través de la comunicabilidad llega la verificación a ser plena, pues es evidente que sólo así esta última es hecha por otro -o por otros- y, en consecuencia, se obtiene su trascendencia del plano de la exclusiva subjetividad". Pero "el análisis fenomenológico sirve, exclusivamente, para la detección de las vivencias, y la vivencia no dice nada acerca del contenido de la verdad o falsedad del tema de la misma".

Este autor distingue entre vivencias obtenidas sobre objetos corpóreos y vivencias obtenidas de objetos no corpóreos (p.e. la idea de Dios). "En ambos casos sólo se puede obtener el hecho de su existencia como tal vivencia pero no la validez extrapersonal de lo vivenciado (mi admiración por un cuadro no conlleva su objetivación), ni la existencia o inexistencia del objeto de referencia (de mi susto ante fantasmas no puede inferirse que los fantasmas existan)"..." Cuando dos sujetos se comunican,

lo hacen a partir de las vivencias de cada uno pero no se hace la comunicación por las vivencias. Esto hace que "las vivencias precisan su concreción en **términos significantes** que ofrezcan **significado** al que escucha: signos, palabras o gestos que proceden de la vivencia pero no son la vivencia misma. Y las vivencias puras son una falsedad: todo lo que se dice conlleva un contexto intransmisible e incommunicable (por ejemplo: en la frase " mi madre ha muerto" se comunica fundamentalmente un sentimiento de dolor, y por ello apenas hay palabras) (Castilla del Pino, C., 1970: 68-75).

#### d.2) Investigación experimental.

**Gonzalo Musitu, estudioso del rumor desde la psicología social,** plantea con gran claridad la problemática metodológica que surge del estudio experimental sistemático del rumor. Este estudio en el laboratorio tiene las siguientes ventajas e inconvenientes (Musitu, G., 1978: 20-21):

- "Ventajas:
  - \* Control objetivo de la fuente de información.
  - \* Posibilidad de control en cualquier momento de la transmisión.
  - \* Cuantificación de la nivelación, acentuación y asimilación.
  - \* Determinación "a priori" de los factores ambientales y de grupo.
  - \* Constatación del fin del proceso".

- "Desventajas:

- \* Pérdida de espontaneidad y naturalidad.
- \* Excesiva simplificación.
- \* Dependencia de la voluntad de colaboración del sujeto.
- \* Limitación de los factores emocionales.
- \* Mayor intencionalidad del sujeto en ser preciso en el relato".

La técnica que resulta fundamental para el estudio del rumor en el laboratorio es la **reproducción seriada**, por la que se pide a un sujeto que transmita oralmente una información -que suele ser visual- a otro sujeto que no ha visto la original. Después se pide a éste que transmita esa información a otro sujeto y así sucesivamente. Al final se contrasta con la información original y se observa el grado de distorsión sufrido en el proceso.

Pero estamos de acuerdo con Musitu en el reconocimiento de que este ambiente de laboratorio acaba modificando en mayor o menor medida los resultados. Por este motivo muchos psicólogos han tratado de diseñar estudios que se realicen en circunstancias normales.

**Del análisis experimental realizado por Melvin L. Defleur (Profesor de la Universidad de Syracuse de EEUU), Luis Buceta Facorro y Ubaldo Cuesta Cambra (ambos Profesores de la Universidad Complutense de Madrid) sobre el recuerdo de noticias en cuatro diferentes medios de comunicación (prensa, radio, televisión y ordenador) resulta interesante destacar el estudio de este problema en un contexto intercultural, en base a las más recientes teorías de la comunicación social y de la psicología social.**

Estos investigadores no sólo quisieron analizar comparativamente el grado de recuerdo de noticias en cada uno de estos medios, sino también las coincidencias o diferencias existentes en ese objeto de investigación entre dos poblaciones de las mismas características (estudiantes universitarios) en dos países distintos, España y EEUU.

El desarrollo y los resultados de esta investigación los consideramos de especial interés para esta Tesis, por lo que van a ser tratados más adelante. <sup>4</sup>Ahora nos detendremos en la importancia (y los problemas) de esta aproximación metodológica (Defleur, M.L., Buceta, L. y Cuesta U., 1993:10).

Los autores reconocen el gran vacío existente en este tipo de investigación, debido fundamentalmente a la dificultad para satisfacer con rigor todas las condiciones metodológicas impuestas en este tipo de estudios.

Las investigaciones interculturales parten de la base de considerar las diferencias culturales como variables independientes y el objeto de investigación como variable dependiente. Además, deben cumplir los siguientes criterios metodológicos:

---

<sup>4</sup> Entre los medios analizados, el recuerdo de noticias varía sustancialmente entre los dos grupos de estudiantes (españoles y americanos) investigados, cuando se transmiten por radio - medio que emite únicamente mensajes orales, y que consideramos más cercano al objeto de investigación que nos ocupa-: la radio resultó el último medio de entre todos en cuanto al recuerdo de sus noticias para los estudiantes americanos y, en cambio, *el segundo entre los estudiantes españoles después de la prensa escrita*.

"Estos, y otros resultados -afirman sus investigadores- muestran claramente que la manera en que la gente aprende noticias no es la misma en las dos sociedades...En este punto, pues, no parece que existan generalizaciones universales sobre cómo la gente aprende de los medios de comunicación social....Sólo estudios "interculturales" adicionales revelarán las diferencias existentes entre los diferentes grupos sociales".

### 34

1) Debe emplear sujetos de diferentes culturas, pero que compartan similares características socioeconómicas, culturales, de edad, etc...

2) El objeto de estudio (en este caso las noticias susceptibles de recordar) debe estar controlado para ser "culturalmente" comparables.

3) Las características de exigencia del experimento (en ese caso, esfuerzo en controlar la atención y motivación) deben ser las mismas.

4) Deben emplearse idénticos procedimientos de medida para evaluar la variable dependiente.

5) (Esta característica es específica de la investigación que realizaron) Las noticias deben presentarse a través de medios que resulten comparables.

Como muy bien concluyen estos autores, "la metodología experimental intercultural requiere que cada condición existente sea tan similar a la del otro grupo como sea posible, excepto para el factor "cultura".

#### *e) El uso del saber*

La Teoría, según MERTON es un instrumento para la investigación que cumple las siguientes funciones:

- \* Conceptualizar las generalizaciones: aspecto éste fundamental en el caso del rumor.



## 35

- \* Acumular los resultados de la investigación. A lo que le añadimos en nuestro caso síntesis y reflexión.
- \* Ampliar y explotar la investigación para sucesivas implicaciones: es decir, sugerir líneas de investigación posteriores que vayan completando y perfilando los conceptos utilizados.
- \* Servir de base más segura a la predicción, aspecto de gran interés con el rumor.
- \* Precisar la investigación reduciendo la probabilidad de hipótesis alternativas.

De esta forma, la investigación científica nos aporta satisfacción por sí misma al producirse un mayor entendimiento de una realidad compleja.

### **I.3.- Aproximación teórica multidisciplinar para un problema comunicativo multidimensional**

El Rumor es un **proceso de comunicación multidimensional que debe ser estudiado desde una perspectiva multidisciplinar**. Esta perspectiva plural es compartida por la mayoría de los estudiosos de la comunicación humana. Alfonso Ortí y Fernando Conde son un claro ejemplo de ello (Delgado, J.M. y Gutiérrez, J., 1994).

Ante esta multidimensionalidad, Fernando Conde (Delgado, J.M. y Gutiérrez, J., 1994: 97-119) propone un interesante proceso de reducción y formalización de esta realidad "poliédrica":

"Lo social es complejo y poliédrico y lo que hace cada práctica de investigación es revelar o resaltar, desvelar y polarizar las diferentes dimensiones del fenómeno social investigado" (Delgado, J.M. y Juan Gutiérrez, 1994: 97).

La investigación social consiste en un proceso de progresiva reducción de las múltiples dimensiones y planos de expresión de cualquier fenómeno social.

En este proceso de progresiva reducción -como en una escalera- de la multidimensionalidad de lo real se pueden ir definiendo una serie de situaciones más o menos estables y cristalizadas, a las que corresponden un conjunto de metodologías, de prácticas y técnicas de investigación, e incluso de análisis de datos. Dentro de ese conjunto, las perspectivas cualitativas son más pertinentes en situaciones más "fluidas y menos estables", y las cuantitativas en las más "codificadas y cristalizadas".

De cada "peldaño de esta escalera" se estudia:

- 1- La operación epistemológica que lo origina.
- 2- Las características "latentes e implícitas" de cada una de ellas.
- 3- Espacios que definen y limitan tanto el nivel de la realidad, como la metodología con la que podemos operar.

Fernando Conde parte de la clasificación en niveles propuesta por Alfonso Ortí:

- a) Nivel de los hechos. Denominado "Espacio Euclídeo": los hechos sociales se consideran el resultado de la Construcción y de la Convención social más elaborada y abstracta.
- b) Nivel de los discursos, desde el punto de vista de su estructuración significativa. Se inscribe en el espacio sustrato de las topologías<sup>5</sup>.
- c) Nivel de los procesos motivacionales: el espacio de configuración más abierto y fluido.

---

<sup>5</sup> Fernando Conde recoge de Listing (1974) la definición de "Topología" (Delgado, J.M. y Juan Gutiérrez, 1994: 113): "el estudio de los aspectos cualitativos de las formas espaciales o de las leyes de la conexión, de la posición mutua y del orden de los puntos, rectas, superficies y cuerpos, así como de sus puntos o de sus agregados, hecha abstracción de sus relaciones de medida y de magnitud". También recuerda Conde la cita al respecto de Kline (1992) "se ocupa de aquellas propiedades de las figuras que permanecen invariantes, cuando dichas figuras son plegadas, dilatadas, contraídas o deformadas de cualquier manera tal que no aparezcan nuevos puntos o se hagan coincidir puntos ya existentes". Conde sigue aclarando el concepto: "La Topología es un lenguaje matemático que posibilita tratar y formalizar ciertas dimensiones cualitativas, básicamente relacionales, que configuran los fenómenos sociales en este estadio del desarrollo de los mismos. La Topología está a caballo entre lo cualitativo y lo cuantitativo".

A continuación se expone, de forma sintética, el proceso -por etapas- de reducción, condensación y cristalización simbólica *propuesto por este autor para que un acontecimiento social se convierta en un objeto medible y cifrable* (Delgado, J.M. y Juan Gutiérrez, 1994: 103-119):

**1.- La Temporalización histórica:** consiste en la ubicación histórica del fenómeno, lo que evoca un contexto determinado, que ya produce un sentido inicial. En esta fase se debe tener en cuenta la escala de fechas que se escoge y la propia fecha en sí "ya que la temporalización histórica definitiva de un fenómeno moviliza grandes intereses y posiciones más o menos encontradas". A partir de este momento el fenómeno tiende a perder su historicidad y dinamicidad y se inscribe hacia adelante en un horizonte *sincrónico*.

**2.- La Innominación/nominación:** se trata de dar por primera vez un nombre formal a un fenómeno social. Es una operación de gestación, delimitación, creación y acotamiento de un posible campo social, simbólico, e incluso científico. Este proceso implica una inscripción del fenómeno en un determinado mundo simbólico, por lo que también conlleva juegos de intereses, conflictos y por tanto, repercusiones económicas, sociales, e incluso políticas. (El autor pone como ejemplo las repercusiones de la determinación de una Marca, en el contexto de la Investigación de Consumo).

**3.- La Poliheterotopía:** seguimos en un "nivel cero" en cuanto a la determinación de sentido y de significación concreto para el fenómeno. El propio concepto "Poli" nos alude a los múltiples planos cualitativamente multidimensionales existentes todavía; "hetero.." se refiere a las características de heterogeneidad de dichos planos entre sí y en sí mismos - no son sumables ni articulables-; "topía" quiere indicarnos que tan sólo son localmente abordables. Este es el espacio de la máxima apertura y dimensionalidad.

**4.- La Configuración Simbólica:** práctica que realiza una primera operación de orden en el "caos socio-simbólico" en el que se encuentra el fenómeno social. Esta práctica cualitativa ya se inscribe en el horizonte de la cientificidad ("el tratamiento científico de un campo de objetos supone necesariamente la pérdida de la inmediatez, la integración de la cualidad en una estructura" (Ibañez, 1988)). Este primer ordenamiento supone aplicar un proceso de doble contextualidad pragmática a través de unos primeros ejes de sentidos multidimensionales, que permitan una primera contextualización abierta y polisémica del fenómeno observable. Estos primeros ejes no van asociados a ningún tipo de medida y sólo permiten una cierta ordenación heterogénea y multidimensional de la inicial apertura de la que partimos.

**5.- La Valoración Simbólica:** este paso establece una jerarquía y un rango entre los ejes valorativos equiparable a "la introducción desde fuera de una perspectiva en/sobre el fenómeno".

**6.- La Configuración Semántica:** es la "estabilización y estructuración interna en dimensiones latentes generadoras -en sentido matemático- de los fenómenos" (Ibañez, 1988). Esta estructura debe permitir la descomposición de las "variaciones cualitativas" en "variaciones de intensidad, según las *dimensiones principales*". "Esta *lineación* posibilita, posteriormente, la configuración de los espacios vectoriales" (Ibañez, 1988). Esta estructuración consiste en la producción, configuración y reducción del fenómeno social en un espacio en el que los contenidos exteriores de determinación y configuración pasan a un segundo plano, frente a la "articulación interna" de las dimensiones simbólico-discursivas. La *Configuración Semántica se produce en dos pasos: en primer lugar, la abstracción del contexto; en segundo lugar, la puesta en marcha, posterior, de las operaciones de homogeneización local de la heterogeneidad todavía existente en cada uno de los citados ejes o dimensiones. De esta forma se obtiene un código signifiante y unidimensional, que será el paso previo, a su vez, del recuento cifrado final como medida absoluta.*

**7.- La Dimensionalización Referencial** (en el nivel de las Topologías): esta operación consiste en dar a luz el resto de dimensiones del fenómeno observable, bajo la referencia del eje de sentido que hemos concebido como el más importante y de la estructura semántica más determinante. Mediante este proceso se reduce el fenómeno a una única dimensión, que se considera la más importante y será medible.

**8.- La Estructuración Significativa:** es la creación de distintos espacios semánticos, de distinto tipo de asociaciones y distinciones entre significantes que posibiliten la construcción de unas ciertas clases de orden en función de los ejes inicialmente conformados.

---

Así se llega al espacio euclídeo, que es donde se inscribe el conjunto de técnicas asociadas a la perspectiva cuantitativa en las Ciencias Sociales. Este espacio es globalmente homogéneo y unidimensional y permite el desarrollo de vectores que incorporan una medida.

---

**9.- La Denominación/Denotación:** consiste en cerrar y en hacer, al menos en teoría, totalmente unívoco el posible campo de la pluralidad de los sentidos, de la polisemia habitual de cualquier término.

**10.- La Distribución Extensiva:** se trata de distribuir y localizar espacialmente a lo largo y ancho del espacio euclídeo anteriormente creado, el conjunto de términos, significantes, denominaciones y connotaciones, transformados en variables e introducidos en los cuestionarios de las investigaciones cualitativas. Esta localización extensiva no es métrica ( $A > B > C \dots$ ). Lo importante es la relación de orden, la distancia relativa de unos espacios con otros, y no la precisión, la exactitud de esta distancia.

**11.- La Escalación:** permite crear una unidad de medida que sólo es posible forzando el sentido y las características de los fenómenos sociales.

**12.- El Recuento:** situar un origen absoluto para las escalas de medida y "contado" -muy difícil en fenómenos sociales-.

Otro ejemplo explícito de la multidimensionalidad del proceso de comunicación denominado Rumor lo encontramos en la cita de C. Castilla del Pino sobre las diferentes áreas de saber que hay que abordar para el estudio de los procesos comunicativos, caracterizados por una gran amplitud y una extrema complejidad (Castilla del Pino, C., 1969, 1-9):

- \* Desde la Teoría de la Comunicación, los autores que destacan son Pierce, Shannon y Weaver, Miller, Aranguren, Prieto y otros (Castilla del Pino mezcla en este grupo teóricos de tendencias muy diferentes).
- \* No se deben olvidar los aspectos epistemológicos.
- \* Ni los aspectos neurofisiológicos.
- \* Desde la Teoría del lenguaje se debe citar a Saussure, Sapir, Jakobson, Martinet y otros.
- \* Desde la Psicología de la Comunicación, especialmente psicosociología, se menciona a Mead, Lindzey, Lazarsfeld, Stanton, Martinet...
- \* Desde los aspectos antropológicos de la comunicación merece mencionar a Laín Entralgo (en especial respecto a las formas de comunicación terapéutica de la relación médico-enfermo).

Las investigadoras **M<sup>a</sup> Dolores Cáceres y Carmen Caffarel** han concluido, tras el estudio de 138 documentos de investigación básica sobre Comunicación, publicados por autores españoles en nuestro país entre 1987 y 1990, que **"la demarcación científica del campo de la comunicación de la bibliografía estudiada, se perfila con límites borrosos, quizás por sus implicaciones interdisciplinares"** (CÁCERES, M<sup>a</sup> D. y C. CAFFAREL, Dic. 1992- Feb. 1993: 123). Los aspectos temáticos sobre los que se aborda el estudio de la comunicación en esos documentos, según estas autoras, provoca que esta materia se profile como proceso y producto social, político, histórico, de opinión pública y de consumo, así como de la práctica profesional y, de forma insignificante, como fenómeno antropológico, lingüístico, psicológico, económico, jurídico o filosófico, en el ámbito de las ciencias sociales. Ellas detectan cierta preferencia actual por la epistemología de la comunicación.

En la investigación presentada por estas autoras se afirma que la comunicación es analizada a partir de las categorías de otras disciplinas, por lo que se considera objeto multidisciplinar que se suele abordar desde distintos enfoques (Cáceres, M<sup>a</sup> D. y C. Caffarel, Dic'92'-Feb'93: 114):

A) Area de las Ciencias Sociales (el 65,4 % de los documentos analizados):

- Sociología (24,8%): sociosemántica y Teoría de la Cultura.
- Política (13.8%): Teoría Política, Historia Política y Políticas culturales y territoriales.
- Economía (7,8%): Teoría económica, Historia económica y economía cultural y territorial.
- Derecho: Historia del derecho, Derecho de la Información y Derecho político.
- Psicología (11,5%): Historia de la Psicología, Psicología de la percepción, Psicología de la Comunicación y Fisiopsicología.
- Antropología, incluida la Etnometodología.
- Documentación, incluida biblioteconomía.
- Teoría de la Comunicación (12,9%).



B) Area de las Ciencias Humanas (el 20,7%):

- Filosofía: Historia de la filosofía, Teoría de la cultura, Deontología, Retórica, Ética y Religión.
- Lingüística (9,2%): Semiótica, Pragmática, Sociosemiótica y estructuralismo.
- Historia: Historia de la cultura, Historia de la política, Historia de la economía, Historia de la filosofía e Historia del Arte relacionada con la estética.

C) Area de Ciencias Puras y naturales (0,9%): física y matemáticas, incluida estadística.

Cabe concluir, a partir de los estudios anteriores que **"la realidad debe ser arbitrariamente parcelada"** (Castilla del Pino, C., 1970: 46) para su estudio, siempre que **los resultados sean integrados en la totalidad de la realidad, con validez.**

### Propuesta metodológica de esta Tesis

*\* Nuestro punto de partida será el que nos marque la investigación realizada hasta ahora.*

Para esta difícil tarea de parcelar arbitrariamente la realidad del "Rumor" se propone analizar y describir los estudios sobre el rumor previos a nuestras aportaciones y acumulados por las diferentes disciplinas científicas. En el análisis de estos estudios previos vamos a emplear una metodología que nos atrevemos a denominar de "círculos concéntricos" y que conjuga los métodos descriptivo-analítico e histórico:

**\* En primer lugar nos fijaremos en las disciplinas y en los diferentes investigadores que han abordado directamente el análisis del "Rumor": éste será el contenido del Capítulo II.**

**\* A continuación proponemos ampliar este análisis con el estudio de las unidades conceptuales que, desde otras disciplinas, ayudan a la comprensión del rumor: este análisis se realiza en el Capítulo III.**

\* *Una vez comprendido el mecanismo del rumor, nos centramos en el tema de la Tesis*

El estudio del Rumor y su influencia en la cultura de las organizaciones (Capítulo IV) nos obliga a emplear otro tipo de metodología, basada en la crítica racional del fenómeno objeto de estudio. La secuencia temática que nos permitirá ir adentrándonos en él será la siguiente:

- \* **Delimitación del concepto "Organización".**
- \* **Delimitación del concepto "Cultura".**
- \* **Delimitación de las características del Rumor frente a otras formas de comunicación que se producen en el seno de las organizaciones.**
- \* **Estudio del contexto y de las situaciones favorables para el desarrollo del Rumor en las organizaciones.**
- \* **Análisis del proceso comunicativo del Rumor en las organizaciones.**
- \* **Investigación de la influencia del Rumor en la cultura de las organizaciones.**

Al final, en el Capítulo V, se sintetizan las principales aportaciones de esta Tesis mediante la exposición de conclusiones sobre el funcionamiento del rumor en este contexto.

*La metodología que se emplea, por tanto, en los siguientes capítulos conjuga diferentes -pero complementarias- formas de trabajo mencionadas anteriormente:*

*-> **Método descriptivo-analítico:** básico para poder realizar la reflexión sobre las principales características del proceso de comunicación del Rumor.*

*-> **Método histórico:** al estudiar los procesos de comunicación a lo largo de la Historia y centrar en la variable "tiempo" el estudio de la realidad social, nos permite conocer las causas de determinadas características del proceso de creación, transmisión y percepción del Rumor.*

*-> **Método comparativo:** consiste, como su nombre indica, en la comparación sistemática de fenómenos de diferente ámbito espacial o temporal, para obtener relaciones causales entre fenómenos aparentemente alejados en el tiempo y en el ámbito de su investigación.*

*-> **Método crítico-racional:** método necesario para profundizar en la reflexión de los fenómenos objeto de estudio.*

*En este método damos cabida al estudio sobre las relaciones entre las características o variables de los fenómenos y los que analizan las relaciones de causa y efecto, que explican total o parcialmente el funcionamiento de determinados fenómenos.*

*-> Por último, se emprenden también **estudios de verificación o comprobación** de teorías científicas anteriores y su validez para otras circunstancias espaciales o temporales.*

Como hemos afirmado, el estudio científico del "Rumor" ha sido escaso y puntual. Aunque se va a dedicar el siguiente apartado a la mención y análisis de los estudios y campos del conocimiento desde los que se ha analizado directamente al Rumor, se completarán éstos en el Capítulo III con aquellos conocimientos que, aun venidos de otras muchas disciplinas, aportarán la visión multidimensional que caracteriza a todo proceso de comunicación.

Desde el análisis que se presenta a continuación queremos ofrecer, con la exhaustividad que nos han permitido nuestras fuentes documentales, el necesario -y hasta ahora inexistente- conjunto de aportaciones -que se hallaban dispersas e inconexas- que los diferentes investigadores de muy distintas disciplinas han tratado.

Por todo lo dicho, y a modo de resumen, las principales aportaciones de esta Tesis son:

- \* La primera: antes de aventurarnos a "romper" con el conocimiento anterior, **consideramos necesario revisar ese conocimiento previo** -valga la redundancia- **sobre el Rumor con la mayor precisión y sistematización posibles.**
- \* La segunda: al ser conscientes, además, de que **el contexto social en el que se desenvuelve el Rumor nos permite relacionar otras unidades conceptuales tratadas en diferentes disciplinas con este peculiar proceso de comunicación, es necesario estudiar el conocimiento previo existente sobre estos conceptos que indirectamente ayudan a la comprensión del rumor, su sistematización y la consiguiente búsqueda de inter-relaciones entre ellos.**

\* Este trabajo de investigación previo y necesario, sin duda, debemos acompañarlo de una tercera aportación: **la obligada reflexión sobre la información disponible respecto al funcionamiento del rumor y su influencia en la cultura de las organizaciones.**

CAPÍTULO II.- APROXIMACIÓN  
MULTIDISCIPLINAR  
EN LA INVESTIGACIÓN  
DEL RUMOR

---

**CAPÍTULO II.- APROXIMACIÓN  
MULTIDISCIPLINAR  
EN LA INVESTIGACIÓN  
DEL RUMOR**

---

El estudio del "Rumor" se ha visto afectado por distintas consideraciones respecto a su importancia y funciones. Para unos investigadores, el rumor ha constituido el objeto central de sus investigaciones, mientras, para otros, era una cuestión secundaria. En esta fase analizaremos no sólo los campos científicos desde los que se ha estudiado este proceso de comunicación, sino también los diferentes contextos en los que surgieron las investigaciones, los autores que las protagonizaron y sus principales conclusiones teóricas y aplicadas.

Este Capítulo lo consideramos una introducción temática que procura tratar interdisciplinariamente el problema que nos ocupa. Los siete apartados fundamentales que lo constituyen se corresponden con los seis diferentes campos científicos desde los que se ha estudiado al Rumor -en la Psicología Social, en la Teoría de la Comunicación, en la Historia de la Comunicación, en la Teoría del Discurso, en la Sociología y en la Psiquiatría-, y con la síntesis de las principales aportaciones de cada uno de ellos al estudio del Rumor, mediante la realización de unos cuadros esquemáticos.

Pedimos disculpas por el exceso de datos y la densidad de contenidos que se introducen en este apartado, pero hemos juzgado que la necesidad de determinar en un trabajo de esta naturaleza los principales autores y sus conclusiones al respecto era una cuestión prioritaria.



## **II.1.- EN LA PSICOLOGIA SOCIAL**

---

### **II.1.1.- Los investigadores norteamericanos inician el estudio del "Rumor" durante la II Guerra Mundial.**

El Rumor ha sido tratado con intensidad durante la II Guerra Mundial por varios investigadores norteamericanos que procedían del campo de la psicología y más concretamente de la psicología social. En general, estos estudiosos han tendido a ver los rumores como distorsiones de la realidad, provocadas para satisfacer determinadas necesidades individuales.

La razón principal del desarrollo de estos estudios fue la siguiente (Allport, G.W. y Leo Postman, 1967: 254):

- El Rumor intencional -que lo distinguía del ocioso- "resultaba un problema social y psicológico de gran magnitud, que lo es en especial modo en momentos críticos. En tiempos de guerra, los rumores minan el espíritu de resistencia o moral y amenazan la seguridad nacional" (Allport G.W y Leo Postman, 1967: 9 y 10). "Parecen reflejar a menudo la línea seguida por la propaganda enemiga", afirman Allport y Postman en la pg 62.

Al finalizar la Guerra, el impulso y el interés por su estudio se frenaron, descendiendo de forma considerable en los años 60 y 70 los estudios dedicados al rumor (Rouquette, Michel Louis, 1977:1).

Los investigadores norteamericanos que centraron su interés en esta forma de comunicación fueron los siguientes:

\* **Terry Ann Knopf**, que destacó el importante papel que desempeñaron los "rumores que resultaron ser infundados" difundidos en los medios informativos estadounidenses cuando se producían disturbios raciales. Por otro lado, Knopf se manifestó respecto al contenido de los rumores, afirmando que aunque dicho contenido es muy variable, ciertos temas tienden a repetirse: por ejemplo, los rumores de "envenenamiento" de las "masas" en tiempos de guerra (International Encyclopedia of Communications, 1989: 489).

\* **Robert Knapp** realizó un interesante estudio de 1.089 rumores recogidos en 1942 durante la 2ª Guerra Mundial por el "Massachusetts Committee on Public Safety" (International Encyclopedia of Communications, 1989:489-490), cuya principal conclusión fue la clasificación de éstos en tres amplias categorías, a partir del criterio de satisfacción de necesidades:

- Los rumores que son expresión de un deseo (en palabras del autor "pipe dreams" o "wishfulfillment rumors").
- Los rumores que son expresión de temor y ansiedad ("bogies").
- Los rumores cuyo contenido es agresivo ("wedge drivers").

En 1944 Knapp definió el rumor como una proposición para creer un tópico difundido sin verificación oficial, contemplándolo como un caso especial de la comunicación social informal, junto al

mito, la leyenda o el humor actual. Lo que diferencia, en opinión de Knapp, al rumor de estas comunicaciones, es que el rumor subraya el tópico (frente al mito y la leyenda) y busca la creencia del sujeto (a diferencia del humor, que trata de provocar risa).

Como afirma M.L. Rouquette (Rouquette, Michel Louis, 1977: 124), R. Knapp también consideraba al rumor como: "una declaración destinada a ser creída, que se vincula con la actualidad y se difunde sin verificación oficial". Rouquette analiza en su obra realizada en 1977 (pp. 9 y 10) las aportaciones de este investigador respecto del rumor:

\* El rumor tiene **tres características** principales:

- a) Es una comunicación oral y personal.
- b) Aporta un contenido informativo sobre alguien o algo.
- c) Expresa y satisface las necesidades emocionales de los individuos.

\* El **"Retrato-Robot"** del Rumor ideal es el siguiente:

- 1- El rumor no pasa de una cierta extensión y complejidad, determinada por la capacidad limitada de la memoria humana.
- 2- El rumor tiende hacia una "buena forma" que respete un esquema de equilibrio y presente un menor costo en lo que respecta a su producción y su retención.

3- Las posibilidades de deformación en su transmisión son mayores cuanto más se aleja el rumor de un hecho conocido o confirmado.

4- Los componentes más inestables de todo rumor son las indicaciones precisas como los nombres propios, números y lugares.

5- Sea cual sea su origen, el rumor se atribuye a menudo a una fuente autorizada y se adorna con una garantía moral u oficial, que le da apariencia de veracidad.

6- Los rumores armonizan con las tradiciones culturales de la población en la que circulan.

7- Para ser creído y transmitido, un rumor debe adaptarse a los temas que en ese momento interesan a la población.

\* Para Knapp (1944) "las personas que representan un rol esencial en la transmisión de rumores se caracterizan por rasgos particulares de personalidad". Aunque Rouquette los considera secundarios y accidentales, se van a exponer estos cinco rasgos que Knapp atribuye, que pueden encontrarse conjunta o independientemente en una misma persona:

1- El "exhibicionismo": una persona débil o socialmente poco importante, al transmitir un rumor se afirma. El mero acto de la transmisión cambia la situación habitual

puesto que demuestra que con ello este individuo tiene acceso a fuentes secretas.

2- "Solicitud". (no se entiende este término con esta traducción).

3- "La esperanza de ser confortado"

4- La agresión: la hostilidad hacia un grupo o una persona constituye una poderosa motivación.

5- La proyección de conflictos subjetivos.

\* En cuanto al "clima" favorable para la circulación de los rumores Knapp estableció cuatro condiciones:

1- Cuantas más comunicaciones interpersonales se den en una organización, mayores posibilidades habrá de que se transmita un rumor.

2- Cuanto más homogéneos son los sentimientos de un grupo, más fuerte será la probabilidad de que aparezca un rumor que los refleje.

3- La transmisión de un rumor depende también del grado de satisfacción de la población en cuestión, respecto a su necesidad de información.

4- La falta de actividad en el grupo y el tedio resultante de ella tienden también a favorecer la constitución de rumores.

\* Entre el cuerpo de investigadores norteamericanos que realizaron estudios sobre el rumor, **Gordon W. Allport y Leo Postman se destacan de forma considerable por sus estudios experimentales sobre la transmisión del rumor.** Estos autores definían en 1945 al rumor como "afirmación general que se presenta como verdadera, sin que existan los datos concretos que permitan verificar su exactitud" y como "proposición específica para creer, que se pasa de persona a persona, por lo general oralmente, sin medios probatorios seguros para demostrarla" (G.W.Allport y Leo Postman, 1967: 11).

Como se deduce de sus definiciones, la falta de verificación del mensaje transmitido es una preocupación constante para estos estudiosos del rumor. Por ello, afirman que el nexo de comprobación generalmente se reduce a un "me han dicho" o se elimina, y los únicos elementos de prueba coexisten con el informante.

Lo más característico de las investigaciones de Allport y Postman es la **consideración del rumor como un serio problema nacional que amenazaba la moral y seguridad en tiempos de guerra.** Incluso, lo calificaron de "**veneno**". Este sentimiento peyorativo iba unido inseparablemente a la investigación y por tanto a los resultados de sus numerosos estudios experimentales.

Los psicólogos citados realizaron **más de 30 experimentos en su gabinete psicológico** siendo conscientes de que es casi imposible en un experimento en el que se lance un rumor, seguir la cadena de transmisión de éste con todo detalle. Como mucho pudieron recogerse más tarde, en su medio de circulación, las versiones resultantes del rumor lanzado. Por ello, estos investigadores

centraron sus estudios experimentales sobre **la memoria y el testimonio**<sup>6</sup> y sacrificaron la espontaneidad y naturalidad del contexto del Rumor, así como el especial vínculo personal y afectivo existente entre relator y oyente, que suele darse en la difusión de estos mensajes. Los resultados de estos experimentos se resumen a continuación( Allport G.W. y Leo Postman, 1967: 78-174).

La primera cuestión que se plantean Allport y Postman es el **"por qué" circulan los rumores**: para explicarlo citan **dos condiciones imprescindibles** para que se produzcan (G.W. Allport y Leo Postman, 1967: 15):

- \* El asunto central del rumor deberá revestir cierta **importancia** para el que lo transmite y lo escucha.
- \* Los hechos a los que hace referencia el rumor deberán estar revestidos de cierta **ambigüedad**.

---

<sup>6</sup> G.W. Allport dedica su obra "The Nature of Prejudice" (1954) al estudio de este concepto. El investigador norteamericano dedica un apartado al Rumor dentro del capítulo IV -"Rechazo de Exogrupos"-, dándole un papel predominante: el título así lo indica: "El papel esencial del Rumor".

Las mayores contribuciones de esta obra son: considerar al rumor como elemento imprescindible para los tumultos y manifestaciones violentas de éstos -"el rumor entra en la secuencia de violencia en una de las cuatro etapas o en la totalidad de ellas: las historias sobre el exogrupo odiado crean **la animosidad que precede** al estallido violento; nuevos rumores pueden servir de convocatoria a un tumulto y actúan como **polarizadores de fuerzas**; un rumor puede ser **la chispa** que haga estallar el barril de pólvora; durante el fragor del tumulto se difunden rumores que **mantienen a la gente excitada**". El autor coincide con los romanos en la consideración del rumor como un buen "barómetro" para medir la tensión del grupo: " el rumor, como expresión de la hostilidad verbal, parece ofrecer un índice sensible del estado de la hostilidad del grupo". Aun así, Allport pone en duda que la acción de descubrir la falsedad de un rumor **baste para alterar prejuicios** muy enraizados (Allport, G.W., 1962: 83-85 pp).

A partir de estos dos aspectos citados los estudiosos norteamericanos propusieron la siguiente fórmula para medir la intensidad del rumor:

"La cantidad del rumor circulante variará con la **importancia** del asunto para los individuos implicados, **multiplicada** por la **ambigüedad** de la prueba o testimonio tocante a dicho asunto"

$$R = i \times a$$

Siendo: R = intensidad del rumor; i = importancia; a = ambigüedad

Si i o a = 0, no existirá el rumor.

Festinger y sus colaboradores (1948) añaden que una característica clave para definir la Importancia es la **relevancia que el rumor tenga para la conducta inmediata de los sujetos**. Chorus (1953) añade, asimismo, otro factor: **el sentido crítico del sujeto**. La fórmula anterior quedará de la siguiente forma:

$$R = (f) I \times A \times 1/C$$

Siendo C = sentido crítico (que incluye tanto la perspicacia del sujeto como su dimensión moral y de responsabilidad).

Al aumentar "C" el rumor se va debilitando o se detiene; si disminuye "C", el rumor se acrecienta.



Esta consideración de que **la cantidad de rumores en circulación es una función multiplicativa de la importancia del hecho y de la ambigüedad que lo rodea** estaba siempre presente en la situación bélica que rodeaba a los estudios sobre el rumor: eran problemas de importancia nacional e internacional que estaban envueltos en el secreto militar, la confusión general, los movimientos imprevisibles del enemigo, etc...

Por lo tanto, según estos autores, no habrá rumor sobre eventos absolutamente conocidos o irrelevantes para la comunidad. Sin embargo, para ellos la fórmula anterior dejaba de ser activa en las siguientes situaciones -no coincidimos con ellos-:

- \* Bajo férrea vigilancia y pena por el delito de hacer circular rumores.
- \* En una población heterogénea el rumor se detendrá en las fronteras sociales de cada grupo.
- \* El estar la población prevenida le hará menos susceptible a ellos.

En cuanto a **los motivos de la circulación de los rumores**, Allport y Postman consideraban que cualquier necesidad humana podía impulsar la elaboración y difusión de un rumor:

- \* El interés sexual.
- \* La ansiedad y el miedo.
- \* La esperanza y el deseo.
- \* El odio.

El rumor se situaba también en un plano racional desde el momento en que descarga una pasión producida tanto por la presión ejercida en nosotros por impulsos individuales, como por la producida de la necesidad de extraer significado del ambiente que nos rodea. Al final, esta presión intelectual unida a la emocional, obliga -muchas veces inconscientemente- al divulgador del rumor a estar muy interesado por el contenido de ese mensaje y a darle carácter de urgencia en su difusión. De esta forma el rumor se concebía como una **solución verbal capaz de traer alivio a la tensión producida por la proyección de un estado emocional completamente subjetivo.**

En esta cuestión, Allport y Postman recurren a otro psicólogo social, McGregor, para formular esta conclusión (G.W. Allport y Leo Postman, 1967: 26-28):

*"La deformación emocional subjetiva en la percepción e interpretación del ambiente pueden ocurrir sólo en relación directa a los efectos combinados de importancia y ambigüedad"... "el esfuerzo en busca de la explicación puede por sí sólo constituir el factor de "importancia" subyacente a la difusión del rumor".*

Pero los motivos de la circulación de rumores no se agotan en las anteriores explicaciones. Muchas veces, el rumor se propaga para atraer la atención de los demás y provocar placer y posición de dominio al que lo difunde. Además, también cumple una función de recompensa cuando el público espera la realización de un acontecimiento largamente anhelado.

Los principales resultados respecto al rumor obtenidos por estos investigadores se refieren a lo que llamaron **"el Esquema de la Deformación"**, que explica la distorsión que sufre la mayoría de las comunicaciones humanas y que se acentúa de forma característica para el rumor <sup>7</sup>:

A medida que se transmite el rumor, el mensaje tiende a acortarse perdiendo detalles hasta alcanzar mayor concisión y sencillez con el fin de recordarse y contarse mejor<sup>8</sup>.

El **"Esquema de la Deformación"** que explica el hecho anterior se inicia con la **"nivelación del Rumor"** o "leveling" por la cual, a medida que el rumor se transmite, se omiten detalles -poco importantes para el receptor- hasta que el mensaje se convierte en una expresión corta y concisa que contará con mayores probabilidades de ser reproducida fielmente y ser retenida en la memoria sin esfuerzo (como pueda ser un lema).

La "nivelación" del rumor permite realizar las siguientes afirmaciones:

- \* Una expresión corta y concisa cuenta con mayores probabilidades de ser reproducida fielmente.

---

<sup>7</sup> En el ámbito universitario, Allport y Postman citan a los siguientes estudiosos de este esquema y de los procesos de nivelación, acentuación y asimilación : Wolf (1922) de la Escuela de la "Gestalt"; Gibson (1929) y Allport y Bartlett (1930).

<sup>8</sup> Allport y Postman realizaron once experimentos cuyos datos confirmaron que el 70% de los detalles del rumor quedan eliminados en el curso de cinco o seis transmisiones de boca en boca (G.W.Allport y Leo Postman, 1967: 93-94).

\* Cuando la información se ha reducido a una brevedad extrema, le queda al sujeto muy poco material para elegir y, las posibilidades de una ulterior desfiguración, son menores.

\* La tarea resulta tan fácil que una memoria virtualmente rutinaria está capacitada para retener el material.

Esta omisión de detalles no es casual. Allport y Postman citan las conclusiones de Bartlett respecto a ella: los datos más propensos a omitirse en el proceso de nivelación son los nombres propios y los títulos. Por supuesto, tenemos que tener en cuenta las excepciones. Si el interés o la educación de los individuos les hace estar predispuestos a poner especial atención en los nombres propios, éstos pueden mantenerse a lo largo de la transmisión del rumor (por ejemplo: los militares, que en general se educan para retener fácilmente los nombres y detalles espacio-temporales).

A medida que se produce la nivelación, determinados detalles resaltan en el mensaje: se trata del proceso recíproco a ésta llamado **"acentuación"** o **"sharpening"**. Este proceso se fundamenta en la **percepción, retención y narración selectivas** de un limitado número de pormenores de un contexto mayor. En general, la "acentuación" se produce con palabras singulares que van sujetando la atención de cada sucesivo oyente. También pueden producirse una serie de sesgos que se detallan a continuación:

- \* Sesgo numérico: los pormenores se acentúan por multiplicación.
- \* Acentuación temporal: por la que se tiende a describir acontecimientos pasados como si hubieran ocurrido en el presente inmediato.
- \* Acentuación en caso de que la acción original tenga movimiento.
- \* Sesgo de magnitud.
- \* Acentuación de los sucesos de actualidad.

La "nivelación" y "acentuación" anteriores acaban produciendo la **"asimilación"** o "assimilation". Este proceso "gestaltico" según el cual los sujetos reorganizan los contenidos dándoles "buena forma" y haciéndolos congruentes con el tema central, explica la enorme influencia que ejerce sobre el rumor el contexto intelectual y emocional preexistente en la mente del oyente. El citado contexto se crea a partir de los procesos cognoscitivos -que suponen cambios intelectuales en el rumor- y los motivacionales -que suponen el factor interés en el rumor-. De esta forma, los detalles se deforman hasta que el relato se hace coherente y consecuente con las expectativas, hábitos lingüísticos o motivaciones de los sujetos involucrados.

Allport y Postman distinguen las siguientes formas de "asimilación":

- \* Asimilación por condensación, que permite conseguir mayor economía fusionando detalles y englobándolos en una categoría general.
- \* Asimilación por la expectación: cuando se percibe un hecho que está en conflicto con lo esperado, la expectación puede resultar un determinante de la percepción y la memoria, más poderosa que la situación misma. Este tipo de asimilación también tiene una fuerte relación con la existencia de estereotipos.
- \* Asimilación a hábitos lingüísticos.
- \* Asimilación de motivaciones más fuertes: en la que se incluyen intereses deferentes: al interés por la vestimenta; al interés profesional; al propio interés; a un prejuicio.

La nivelación y acentuación "actúan de acuerdo con la experiencia pasada y las actitudes presentes del agente difusor", mientras que la asimilación "refeja su afán de explicación" (G.W. Allport y Leo Postman, 1967:150).

Este esquema de la deformación ha tenido, de hecho, implicaciones prácticas en el mundo jurídico: antes, el testimonio de un testigo presencial era normalmente considerado digno de

confianza. Según este proceso de deformación, ese testimonio puede estar envuelto en distorsiones parecidas a las de la transmisión del rumor. Por último, cabe recordar la afirmación de Allport y Postman sobre la cultura y el rumor: "la cultura se convierte en una de las mayores determinantes del esquema básico de la deformación".

En cuanto a la **Clasificación de los rumores** que proponen estos autores se distinguen tres criterios principales (G.W. Allport y Leo Postman, 1967: 185-189):

\* *Criterio temporal* (propuesto por el sociólogo ruso Bysow en 1928):  
distingue:

- Rumor sigiloso.
- Rumor impetuoso.
- Rumor "sumergible" (que aparece y desaparece).

\* *Criterio temático* (propuesto por el psicólogo canadiense J.A Irving en 1943):

- Rumor de horror, aversión o muerte.
- Rumor de despilfarros y extravagancias.
- Rumor de invasión y amenazas a la seguridad del país.
- Rumor de sentimientos antibritánicos.
- Rumor de intenciones de Gobierno: racionamiento, financiación de la guerra, etc...
- Rumor de supuesta incompetencia en la dirección de la guerra, etc...

\* *Criterio: tensión motivadora*:

- Rumor de hostilidad y odio.
- Rumor de temor.
- Rumor de deseo.

Y por último, recordamos las consideraciones de estos psicólogos norteamericanos respecto al **"público" del rumor: el público del rumor lo forma la comunidad de intereses**. Por eso, de hecho, los rumores corren principalmente a lo largo de canales de amistad.

\* Rouquette amplía en las págs. 34-39 de su libro la investigación llevada a cabo por **Allport y Lepkin en 1945, para conocer las características psicosociales en la dinámica de la comunicación del rumor:**

Su principal preocupación era el estudio de las condiciones de credibilidad de los rumores que trataban sobre los hechos de despilfarro y obtención de ventajas indebidas que caracterizaron a aquella época en los Estados Unidos. Se realizó una encuesta a 537 personas en mayo de 1943, y se trataron de obtener tres tipos de datos:

- a) la actitud de los sujetos en relación con los rumores efectivos.
- b) la actitud de los sujetos en relación con varios elementos del contexto social
- c) las características "naturales" de los investigadores interrogados. No se avanzó mucho en el estudio de las variables naturales (sexo, edad...).



Resultados de interés (en el apartado a):

- creen más en los rumores de despilfarro los que se sienten molestos con las medidas restrictivas.

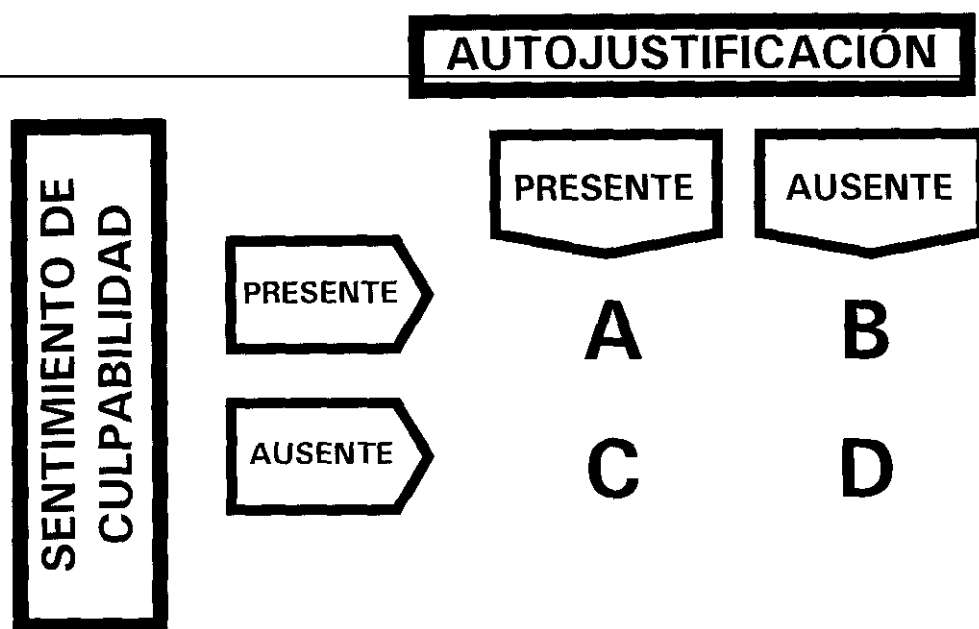
- el grado de adhesión de los sujetos a los rumores de "despilfarro", teniendo en cuenta el cuadro siguiente, resultó menor en aquellos que tenían sentimiento de culpabilidad y se justificaban (A), que en los que tenían sólo sentimiento de culpa (B):  $A < B$ .

Los que se autojustificaban y no tenían sentimiento de culpabilidad (C) tenían mayor grado de adhesión que los que ni se autojustificaban ni se sentían culpables:  $C > D$ .

Lo que resultaba era que los que tenían ambos sentimientos junto con los que sólo se justificaban ( $A + B$ ) tenían mayor grado de adhesión a los rumores de "despilfarro" que los que sólo se sentían culpables junto a los que no sentían nada ( $B + D$ ).

$$A + C > B + D$$

Ver cuadro siguiente:



- los sujetos que no conocían los rumores y sobre todo los que no se enteraban de las llamadas de atención previniendo sobre ellos, les prestaban mayor crédito que los demás.

- las personas que habían escuchado el rumor creían más en él porque su gran difusión les llevaba a pensar que son fundados, y también porque puede que recordaran haberlos oído porque ya creyeron en ellos la primera vez.

Años más tarde, en 1954, Gordon W. **Allport**, realiza nuevas aportaciones con respecto al Rumor. Esta vez, llega a él a través del estudio del "Prejuicio"<sup>9</sup> en el medio social norteamericano de la época (aunque el autor considera que sus estudios tienen validez universal). No vamos a analizar en este capítulo la naturaleza del Prejuicio -que se tratará en el apartado III.1.7.-. Sólo nos detendremos en los contenidos del capítulo en el que Allport sitúa al Rumor: "El Rechazo de exogrupos" (Allport, G.W., 1962: 66-85).

El concepto de "exogrupo" nace del contraste de su antagónico "endogrupo", que Allport considera como el grupo con el cual un individuo se identifica. A causa de su importancia básica para nuestra supervivencia y autoestima, tendemos a desarrollar un alto grado de parcialidad y etnocentrismo con respecto a él. Desde ese "endogrupo" el individuo percibe al "exogrupo" como el grupo hacia el que dirige su hostilidad, ya que ésta ayuda a fortalecer nuestro sentido de pertenencia al primero. En este contexto del rechazo de "exogrupos", Allport distingue cinco tipos de conducta rechazante:

- 1- Rechazo verbal.
- 2- Evitar el contacto.
- 3- Discriminación.
- 4- Ataque físico.
- 5- Exterminio.

---

<sup>9</sup> Allport, Gordon W.. *La Naturaleza del Prejuicio* Buenos Aires: Ed. Universidad de Buenos Aires Rivadavia, 1962, (e.o: "The Nature of Prejudice", 1954): 575 pp.

La conducta rechazante que nos interesa en esta Tesis es el rechazo verbal. Allport comienza definiendo este rechazo verbal con el estudio de los procesos psicológicos que se producen en una murmuración trivial:

- a) La Intromisión de un prejuicio en la conversación, crea una placentera catarsis al expresarse lo que se siente.
- b) El nombramiento y menosprecio del "exogrupo" para consolidar su "endogrupo".
- c) Ambos interlocutores reflejan las actitudes de su "clase".

Si la hostilidad es más intensa, Allport apunta que los interlocutores suelen utilizar "apodos" para designar a sus "contrarios", y que, cuanto más espontáneo e injustificado sea el "hablar mal", tanto más fuerte será la hostilidad que lo sustenta".

**El Rumor, considerado como expresión de hostilidad verbal** que mide -como un barómetro- la tensión de un grupo, es considerado por Allport como un elemento esencial en un tumulto -e incluso linchamiento-. Para este autor, el Rumor entra en la secuencia de violencia en una de las cuatro etapas que lo caracterizan, o en la totalidad de ellas:

- 1- Las historias sobre el exogrupo odiado crean animosidad que preceden al estallido violento.
- 2- Nuevos rumores pueden servir de convocatoria a un tumulto, al actuar como polarizadores de fuerzas.

3- No es raro que un rumor sea la "chispa" que hace estallar el "barril de pólvora".

4- Durante el fragor del tumulto se difunden rumores que mantienen a la gente excitada.

Respecto a la relación del rumor con el prejuicio, Allport afirma que "es dudoso que la acción de poner en descubierto la falsedad de un rumor baste para alterar prejuicios muy enraizados" (Allport, G.W., 1962: 85).

\* **Festinger y sus colaboradores (1948)**, además de aportar un factor crítico a la función multiplicativa del rumor de Allport y Postman, llegaron a descubrir en sus estudios de campo fuera del laboratorio tres principios fundamentales:

1) El **principio de control externo**, según el cual los rumores surgen en situaciones en que los individuos no pueden controlar aspectos especialmente importantes para su existencia.

2) El **principio de oscuridad cognitiva**, por el que los rumores tenderán a surgir en situaciones en que áreas cognitivas importantes para la conducta inmediata se encuentran poco estructuradas.

3) El **principio de explicación integradora**. Una vez que el tema central de un rumor es aceptado, habrá una tendencia a reorganizar y distorsionar los ítems con el fin de hacerlos consistentes con el tema central.

\* **W. Peterson y N. Gist:** en 1951 consideraban al Rumor "un informe o una explicación no verificada... que circula de persona a persona y se refiere a un objeto, un acontecimiento o una cuestión de interés público". La investigación realizada por estos dos norteamericanos tenía como fin comprobar la validez de las afirmaciones de Allport y Postman respecto al "esquema de la deformación" que sufría el rumor en tres fases: la nivelación, la acentuación y la asimilación. A ellos no les parece posible generalizar estos resultados fuera del laboratorio. Para rebatirlo, proponen el siguiente proceso "tipo" de creación y desarrollo de un rumor (Rouquette, M.L., 1977: 74):

-Primera fase: se va formando un público unido por unos mismos intereses.

-Segunda fase: periodo de discusión y confrontación de intereses comunes.

-Tercera fase: aparece el rumor que se expande y prolifera antes de desaparecer.

-Cuarta fase: finalmente las opiniones y actitudes de la población se reorganizan en función de esta "crisis": así el rumor entra en la historia del grupo y lo reconstituye de otro modo. El rumor forma parte integrante de la dinámica social que, al mismo tiempo, la determina y es determinado por ella.

\* **Ralph Rosnow y Gary Fine** demostraron a partir de sus estudios experimentales, que los rumores se difunden más a menudo bajo condiciones de ambigüedad y cuando el tema provoca ansiedad. De esta forma, se perfila como principal función del rumor la reducción de incertidumbre y la disminución del sentimiento de amenaza. Si ese rumor acaba siendo falso y la acción emprendida ha seguido sus falsas implicaciones, el precio pagado para reducir la incertidumbre resultante, podría ser muy alto. Estos investigadores afirmaban que en situación de incertidumbre, el rumor servía como mecanismo reductor, pero no necesariamente como mecanismo de adaptación (International Encyclopedia of Communications, 1989: 490).

\* Otros estudios de interés son los realizados por **Barlett** sobre **el testimonio** en 1932. Estos contribuyeron en gran medida a entender el problema del rumor **al aplicar a esta forma de comunicación los tres pasos psicológicos que tienen lugar en el testimonio: percibir, recordar e informar**. Estos pasos no resultan fácilmente demarcables ya que lo que se percibe está influido por lo que se recuerda, y el acto de recordar depende de la percepción y de las palabras con las cuales se fija la situación en nuestra mente -a su vez, el olvido de detalles tiene lugar por el procedimiento selectivo de la memoria y las desfiguraciones subjetivas que cambian inevitablemente los valores de poco menos que todos los acontecimientos del mundo exterior-. Además, el acto de informar está en función de las dos fases previas así como del contexto social donde éste tiene lugar. La forma del testimonio dependerá finalmente del vocabulario del sujeto y de sus propósitos.

Si a este "testimonio" -resultado de los procesos anteriores- se le añade que Bartlett logró probar que ningún recuerdo perdura como si fuese un mero rastro, y los recuerdos comienzan a cambiar nada más termine la percepción, el rumor, al alejarse una, dos o tantas veces del testimonio ocular se convierte en una falacia -en muchos juzgados no se admiten como pruebas elementos conocidos "de oídas"-.

En sus investigaciones Bartlett se acercó mucho a las condiciones de estudio válidas para el rumor al realizar sus experimentos utilizando una cadena de sujetos -reproducción en serie- en lugar de limitarse a pruebas individuales.

\* **Buckner (1975) analiza la actitud crítica o no del sujeto y la red de comunicación a través de la cual se transmite el rumor. Subrayamos a continuación sus principales conclusiones:**

**a) Actitudes posibles hacia el rumor:**

\* **Crítica:** tanto si conoce el asunto, como si está familiarizado con la situación o si se lo transmite una persona conocida. En estos casos, el individuo transmitirá sólo lo importante, eliminará lo demás o transmitirá el mensaje completo si no detecta información falsa.

\* **Acrítica:** cuando la creencia en el rumor satisface alguna necesidad del oyente; cuando la situación no le permite saber si el mensaje es falso o no; cuando hay condiciones de agitación social y cuando por su nivel educativo o inseguridad posee pocas evidencias. En este



caso, el individuo especulará con el significado del rumor para encajarlo en su marco de ideas y actitudes, tratará de modificarlo para darle "buena forma", y lo transmitirá con sus matices propios, mediante las distorsiones derivadas de sus necesidades.

**\* De mera transmisión:** incluso en este caso, el individuo eliminará parte del mensaje hasta darle sentido subjetivo, lo asimilará a sus hábitos lingüísticos y olvidará selectivamente la información poco relevante, pero no lo distorsionará a propósito.

**b) Red de comunicación de la transmisión:**

En primer lugar establece las diferentes posibilidades de redes de transmisión existentes: por un lado, establece una cadena lineal de transmisión (A->B->C->D->E->F) y, por otro, la red en la que cada sujeto puede escuchar el rumor de varias fuentes.

Combinando ambas variables resulta el siguiente esquema (Buckner, 1975: 15):

TIPO DE TRANSMISIÓN	ACTITUD CRÍTICA	ACTITUD ACRÍTICA	TRANSMISIÓN
CADENA	Declinación de la exactitud	Aumento de la distorsión	Rápido declinar de la información
RED	Aumento de la exactitud	Gran aumento de la distorsión	El rumor permanece intacto

### **II.1.2.- Creación de Oficinas encargadas de la prevención y represión del rumor en tiempo de guerra, y nacimiento de las "Clínicas de Rumores" desde los medios de comunicación - Estados Unidos-.**

Durante la Guerra se crearon desde el ámbito privado de los medios de comunicación las **"Clínicas de Rumores"** (Allport G.W. y Leo Postman, 1967: 47-62), que se dedicaban a la refutación de las noticias falsas. W.G. Gavin, del "Herald-Traveler" de Boston, creó este arma periodística en forma de Boletín Semanal, y lo mantuvo desde marzo de 1942 hasta diciembre de 1943.

Según las **normas de actuación** para las **"oficinas encargadas de la prevención y represión de rumores durante la Guerra"** (ver Apéndice al final de la Tesis), -redactadas y distribuidas por el Comité de Massachusetts para la Seguridad Pública, en colaboración con la "Clínica de rumores" del periódico citado de Boston-, los rumores detectados deberían ser siempre pasados a otras entidades, sin que las clínicas de rumores contestaran un rumor según su propia autoridad. La principal razón que puede esgrimirse para explicar esta norma se deduce del contenido de ese documento, que delimita perfectamente el **terreno filosófico** del que parte cualquier acción emprendida con los rumores: el personal de estas oficinas debía poseer conocimientos básicos de la **psicología del rumor, obrar con imparcialidad y tener gran delicadeza**:

Los miembros de la Comisión Asesora de estas oficinas debían ser de tres tipos: asesores técnicos que sólo podían ser **psicólogos y psiquiatras -preparados en psicología social y anormal-**; asesores representativos de diferentes colectivos sociales y culturales -para evitar la parcialidad-, y asesores prestigiosos e influyentes -para dotar de la debida dignidad y respetabilidad a la Comisión-.

Otro aspecto de interés es el que establece que el nivel literario y dialéctico en una "clínica de rumores" periodística debería ser más elevado que en el periodismo "corriente".

Además detectamos que la **Oficina ejercía un doble control sobre la "fórmula periodística Clínica de rumores"**: en primer lugar como fuente de "sabiduría psicológica" que proveía de informes psicológicos a la Clínica de rumores; en segundo lugar, como filtro crítico del texto redactado antes de enviarlo a la imprenta -incluso mencionan que serían necesarios dos o tres días para recibir, leer y hacer la crítica-.

Una regla que se considera significativa, al atender a la compleja **red de transmisión** del rumor, era la que establecía que la oficina debería buscar la **cooperación de la población** -en todos sus niveles sociales- para la delación de los rumores "perjudiciales para la seguridad nacional".

Otra norma de gran interés -la número 9 del apartado IV- sugiere que con los rumores raciales, no se debería citar a la raza afectada y propone englobar a todas las *víctimas expiatorias (pone de ejemplos, por este orden, a: negros, judíos, dirigentes gremiales, capitalistas, irlandeses, políticos, británicos, etc...)* y demostrar que ese rumor malicioso corría respecto de todos ellos.

El documento trata varios **aspectos morales** del proceso: no se debía usar una "Clínica de rumores" para promover el punto de vista editorial del diario -en aras al más alto nivel de objetividad- puesto que su utilización ofendería a la ética periodística; y en cuanto a otras funciones "moralizadoras" que la Oficina debía estar capacitada para dar, cabe destacar:

\* Nombrar a un comité investigador que analizara los hechos sobre el terreno, cuyo informe debía ser publicado junto con el texto del rumor (de nuevo, se encuentra una referencia a la necesidad de "autoridad" ante la refutación de los rumores).

\* Utilizar los instrumentos de la propaganda escrita y por radio necesarios en cada situación -artículos periodísticos, folletos, fascículos, programas de radio "realistas" que no dejaran a los rumores campo donde prosperar, programas de radio "ridiculizadores" -siempre que éstos no dieran más publicidad al rumor-, etc. Un caso aparte lo constituía el cine, que era considerado de escasa utilidad en estos casos -a excepción de la película *Mr. Blabbermounth*-, que era considerada un buen ejemplo.

\* No abusar de los carteles por que sirven de fuente de información para el enemigo, a excepción de con los rumores cizañeros, que se prestan fácilmente a la ilustración gráfica.

\* Contar con oradores que apoyen los mensajes debidos en toda clase de organizaciones, así como con una red de "Guardianes de la Moral del Pueblo", cuya tarea sería detectar los rumores y dar la pauta de la opinión pública (como reacción a la red de transmisión del rumor se recomienda crear una red de "guardianes" paralela a ésta).

Por último, el documento cita unas **líneas de ataque** recomendadas **contra el rumor** que se consideran muy simplistas:

- \* El rumor no merece fe, ni confianza por las personas sensatas.
- \* El rumor puede ser un instrumento de la propaganda enemiga.
- \* Los rumores destruyen la moral del pueblo. Su difusión es antipatriótica y vergonzosa.
- \* La persona que transmite rumores es tonta, maligna y peligrosa.
- \* Difundir rumores suele ser una forma de descargar en gente inocente las propias flaquezas.

Esta idea del *Herald-Traveler* fue imitada enseguida por más de 40 periódicos y revistas entre Estados Unidos y Canada. También la radio colaboró realizando espacios radiofónicos destinados al mismo fin: la política seguida era citar el rumor "a combatir", desacreditarlo posteriormente mediante explicaciones psicológicas y fomentar la responsabilización de todos en el acallamiento de su historia.

A partir de 1943 el peligro de derrota y el nerviosismo fueron disminuyendo y las Clínicas de Rumores acabaron perdiendo su sentido, por lo que se redujeron sus actividades muy rápidamente.

Estos autores consideraban el proceso del "Rumor" distorsionante y deformante pero lo afrontaban, aislaban y citaban para después desacreditarlo.

Ante estas "Clínicas de Rumores" Allport y Postman se realizaron las siguientes preguntas (G.W. Allport y L. Postman, 1967: 58-61):

*1) Hasta qué punto existía el riesgo de dar mayor difusión a los infundios.*

Esta cuestión se planteaba fundamentalmente con las clínicas del rumor radiofónicas. Mientras las que se realizaban en prensa permitían al lector percibir en un mismo mensaje la ridiculez con la que se trataba al rumor, el tono educativo y el contexto de refutación, las que se preparaban en radio podía producir que el cambio de dial típico de este medio cortara el mensaje en el momento en que se estaba confrontando.

*2) ¿Reducieron realmente la circulación de los rumores?*

Es difícil probarlo. Parece que en las ciudades donde existía mayor índice de lectura, el público adquirió una conciencia discriminatoria frente al rumor - motivo que ayudó a la participación ciudadana de facilitar éstos a las Clínicas de Rumores-. Pero esa "inmunidad" al rumor tenía el peligro de que el público se volviera suspicaz ante cualquier noticia.

*3) ¿Por qué disminuyeron tan rápidamente después de 1943?*

La respuesta a esta pregunta viene de las circunstancias históricas. Al terminar la guerra, conforme fue disminuyendo el peligro de la guerra amainó el nerviosismo y la ambigüedad que era el caldo de cultivo del rumor.

*4) ¿Los cuentos circulantes partían de agentes enemigos?*

Esta pregunta queda sin contestar porque la respuesta que dan estos autores se limita a afirmar que los rumores de la guerra parecían reflejar, a menudo, la línea seguida por la propaganda enemiga.

### **II.1.3.- Reacción oficial del Gobierno de los Estados Unidos**

La filosofía de las clínicas de rumores era opuesta a la que mantenía la O.W.I.- Oficina de Información de Guerra-, que dedicó una de sus áreas, responsabilidad de Leo Roster, a la refutación de rumores: un rumor se anula con los hechos mejor que individualizándolos para desacreditarlos. Así se evita que gane publicidad en el procedimiento. La O.W.I. se centraba en mejorar la calidad de las noticias y tratar de acrecentar la confianza del público en ellas. Recurrieron al ataque indirecto con la colaboración de 11.000 semanarios, 2.000 diarios y miles de emisoras de radio: adoptaron voluntariamente un código de censura que les impulsaba a no divulgar nada que pudiese afectar al esfuerzo bélico. El Director de la Censura era Byron Price.

Tanto estas "Clínicas" como las acciones solapadas de la O.W.I. ayudaron a formar en la sociedad norteamericana una "conciencia del Rumor" que pretendía inmunizarlos contra él y, es posible, que provocara una suspicacia excesiva ante cualquier noticia (Allport G.W. y Leo Postman, 1967: 47-61).

La conclusión que se deduce del Rumor en tiempos de guerra es que se convierte en un "arma táctica" de la Estrategia ya utilizada por los romanos "divide et impera".



#### **II.1.4.- La Investigación del Rumor en Francia: el rumor como modo de expresión "privilegiado" del pensamiento social**

**\* Michel Louis Rouquette, que ha publicado en 1970 su tesis doctoral "Les phénomènes de rumeurs" en la Universidad de Provenza y en 1975 su obra "Les Rumeurs", aborda el estudio del rumor en la década de los 70 con un enfoque totalmente distinto:**

"El rumor no es una aberración patológica o excepción temporal - no se entiende suficientemente este concepto a causa de esta traducción-, sino un modo de expresión privilegiado del pensamiento social" (Rouquette, M.L., 1977: 2).

Así como para los investigadores norteamericanos la verdad y verificación del rumor se sitúan en el punto central de sus planteamientos, para Rouquette no es determinante este criterio, puesto que poco importa la verdad o falsedad en una manifestación que es reflejo del estado social.

Este investigador europeo realiza un interesante análisis de los diferentes rasgos que los estudiosos norteamericanos atribuyeron al rumor, acompañándolo de continuas opiniones y aportaciones (Rouquette, M.L., 1977: 12-14 pp):

*En cuanto a las situaciones más favorables para el rumor:*

**\* "Situación de crisis, no siempre"**

Mientras los investigadores norteamericanos iniciaron sus estudios en este contexto, en el que el grupo perdía provisionalmente su seguridad y homogeneidad -por lo que se identificó rumor con situación de crisis-, Rouquette defiende que el rumor es "un modo de comunicación, una manera de constituirse, diferenciarse y mantenerse los grupos" -que se produce muy frecuentemente-, y explica que la razón por la que se consideraba al rumor como una distorsión aberrante de las funciones normales de la comunicación, es la creencia de que "la única y verdadera finalidad de los actos de comunicación es la transmisión fiel de una información controlada".

\* "Escasez de información oficial, no siempre"

Los psicólogos norteamericanos creían que las situaciones de escasa comunicación por parte de los canales oficiales (especialmente los medios de comunicación social, que sólo transmiten información reducida sobre ciertos aspectos de un acontecimiento) favorecían en relación inversa la aparición de los rumores. Rouquette, en cambio, pone en duda la anterior información al recordar los casos en los que el rumor precede al acontecimiento y, por tanto, lo origina.

#### *En cuanto al proceso de transmisión del mensaje*

\* La transmisión del rumor es oral, personal y

cercana, al igual que la de cualquier comunicación humana interpersonal. La proximidad física entre emisor y receptor es necesaria para que se transmita un rumor, debido a las características anteriores. En este caso, Rouquette expresa dudas respecto a la definición del rumor como comunicación informal: "en la medida en que las comunicaciones humanas utilizan los canales interpersonales, esta característica podría considerarse como completamente trivial" (pág. 13).

\* El rumor es una comunicación que tiene lugar entre individuos igualmente comprometidos en la misma situación.

\* Rouquette distingue dos fases sucesivas en la transmisión de un rumor:

1a) la tendencia hacia el equilibrio y su adaptación.

2a) la fase de estabilidad e invariabilidad: el rumor se propaga sin transformaciones significativas al haberse constituido en mensaje simplificado y económico adecuado a las actitudes generales de la población.

También menciona las fases aportadas por **Allport y Postman** en su esquema de la distorsión del mensaje: reducción ("leveling" o nivelación), acentuación ("sharpening") y asimilación ("assimilation"). En esta última fase Rouquette recuerda

los 7 tipos de asimilación que propusieron estos dos investigadores norteamericanos y que se analizarán más adelante:

- Asimilación temática.
- Asimilación por agregación de detalles.
- Asimilación por condensación.
- Asimilación por anticipación.
- Asimilación por acción de los estereotipos verbales
- Asimilación a un interés.
- Asimilación por hostilidad.

Tampoco olvida los estudios de **W. Peterson y N. Gist** (1951) a este respecto que, como se ha mencionado, tenían como fin comprobar la validez de las afirmaciones de Allport y Postman respecto al "esquema de la deformación" que sufría el rumor. Como no les parece posible generalizar estos resultados fuera del laboratorio proponen un proceso "tipo" de creación y desarrollo de un rumor ya estudiado (Rouquette, M.L., 1977: 74).:

En cuanto a la explicación del proceso del rumor desde la teoría de los mecanismos cognitivos y las transformaciones semánticas<sup>10</sup>, Rouquette opina que,

---

<sup>10</sup> "Es posible afirmar que la probabilidad de aplicación de transformaciones está en función inversa al número de eslabones activados desde el origen: se comprueban muchas transformaciones al principio de la cadena de comunicación, y pocas o ninguna hacia el final, ya que el mensaje tiende a estabilizarse en la forma de un "slogan" (o lema), o, en todo caso, de un enunciado de poca extensión" (Rouquette, M.L., 1977: 76).

al olvidar totalmente los factores psicosociales, no resulta suficiente para su total comprensión.

\* **La red de intercambios en el rumor:** aunque los estudios realizados sobre la red de intercambios va a ser analizado en posteriores capítulos, cabe mencionar aquí algo sobre ella y su aplicación en el proceso del rumor.

Esta red de intercambios coincide con el conjunto de canales que relacionan a un conjunto finito de eslabones (unidad de emisión-recepción) en la transmisión de un mensaje. En cada eslabón de la red de intercambios, el mensaje cambia de estado tanto por una relación necesaria con el funcionamiento de la red (evolución del entorno de la red), como por una relación contingente con la transmisión de dicho mensaje (posibles transformaciones lexicológicas) (Rouquette, M.L., 1977: 18- 33).

Los investigadores norteamericanos Allport y Postman (1945) concebían esta red de forma lineal, con eslabones semejantes y una orientación única:

Mensaje-> R1-> R2-> R3->----->Rd

Esta secuencia simplifica mucho los fenómenos puesto que bastantes investigaciones de psicología social han demostrado la influencia del medio social sobre los comportamientos (representaciones, procesos cognitivos...). Los eslabones no son semejantes y los

procesos de representación implican en el emisor y el receptor transformaciones semánticas diferentes.

Si a la red de intercambios de eslabones desiguales se le aplican las investigaciones realizadas por Lazarsfeld, Berelson y Gaudet en 1948, respecto a la estructuración de las audiencias <sup>11</sup> -por la que la comunicación a una población se realiza en dos etapas: primero reciben la comunicación los líderes de opinión; después cada uno de ellos retransmite la comunicación al resto del grupo-, se puede afirmar que la circulación de los rumores en un grupo se inicia por algunas personas que orientan y modelan las opiniones de aquel.

Con los estudios de Menzel y Katz publicados en 1956 sobre la organización de la red de comunicación, el proceso de comunicación en dos etapas se complica puesto que se presentan muchas categorías de líderes de opinión cuyas esferas de influencia van decreciendo (cada uno sólo ejerce influencia en cierta fracción del conjunto) y complicándose por la variable de cohesión social. El proceso de penetración de un mensaje, (al igual que con un rumor), acontece en más de dos etapas.

Para Rouquette es probable que el grado de adhesión de los miembros del grupo al contenido del rumor esté ligado al grado de adhesión que manifiesten

---

<sup>11</sup> Mediante la realización de una encuesta sobre las elecciones presidenciales norteamericanas en 1940.

los guías de opinión, aunque también se debe tener en cuenta la posición que el eslabón ocupa en una red compleja y preexistente de relaciones sociales.

En esta compleja y preexistente **red de relaciones sociales** Rouquette distingue tres niveles (Rouquette, M.L., 1977: 30):

- a) **las relaciones existentes en el momento considerado** entre los diferentes grupos que componen la población (cooperación, competición, hostilidad...).
- b) **la estructura interna del grupo institucional o formal** (jerarquías de prestigio, de poder, de propiedad, de dinero...) y **la estructura efectiva o informal** (afinidades y rechazos, elecciones, corrientes de influencia, coaliciones...).
- c) **las actitudes características del grupo en relación con el objeto del rumor**, previas a la introducción de éste.

*En cuanto al contenido transmitido*

\* La distorsión del contenido ocurre en todo proceso de intercambio de información.

\* Allport y Postman (1945) estudiaron detenidamente el proceso de distorsión (ver esquema de la deformación) que caracteriza al rumor en el curso de su proceso de transmisión. Para Rouquette, todo

intercambio de información conlleva una distorsión del contenido del mensaje, cuyas transformaciones deben considerarse como marcas distintivas de un tipo de discurso. Según las palabras de Moscovici (1961), citadas por Rouquette: "la infidelidad del rumor no es un síntoma de incompetencia, sino el anverso de otra fidelidad, el testimonio del ejercicio de un pensamiento social".

\* Rouquette no está de acuerdo con la opinión de los investigadores norteamericanos respecto a que el rumor traduce el pensamiento y el deseo de la población.

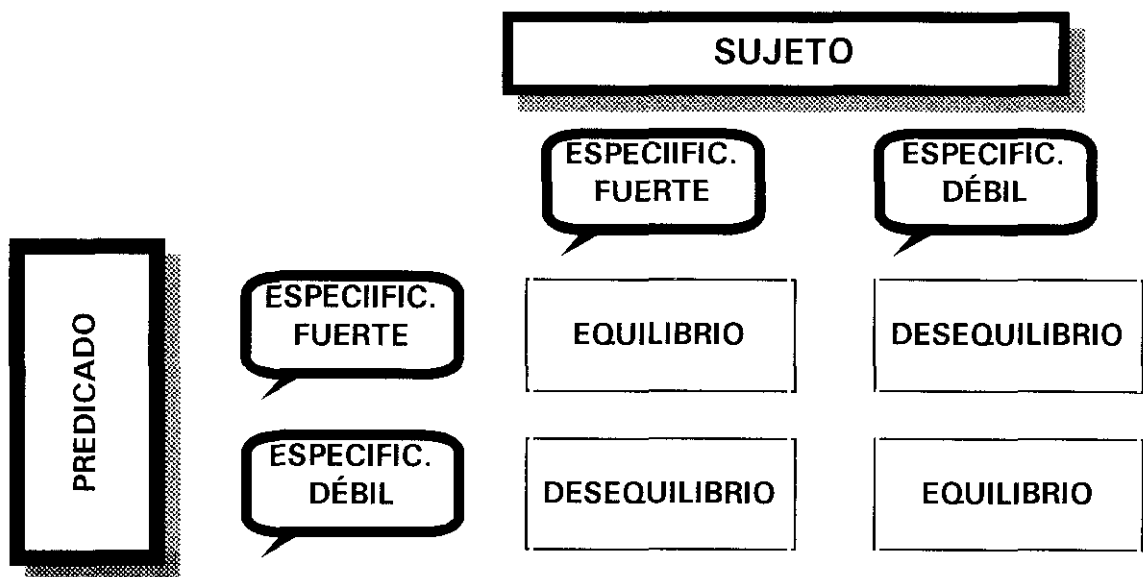
\* El rumor no siempre transmite un contenido de actualidad. Los anteriores investigadores defendían que el rumor siempre transmitía contenidos de actualidad y la razón proviene del contexto en el que estudiaron esta forma de comunicación: en situaciones de crisis esta función resultaba evidente. El autor francés hace referencia aquí a que en los demás casos, es el mismo rumor el que crea la actualidad y añade: "la actualidad se define como "lo actualizado" por la palabra social". Por ello afirma que el contenido de los rumores que se transmiten "depende estrechamente de la situación en la que se encuentran comprometidos los sujetos".

\* En cuanto a la **estructura formal del contenido del rumor**, Rouquette indica que ésta no difiere del de una oración cuya principal estructura es la de un sujeto y un predicado. El autor considera al sujeto como un ser



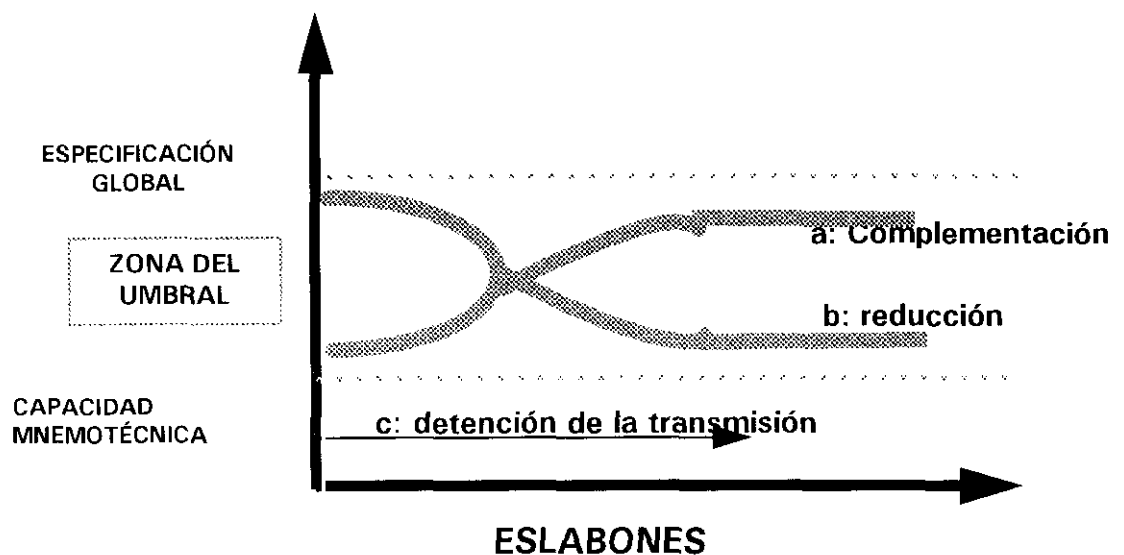
animado o inanimado y al predicado como una expresión sintáctica muy variable, por su atribución de una acción, de un sentimiento, de una cualidad o de una propiedad.

A este sujeto y predicado, el investigador le aplica una propiedad variable: la especificación fuerte o débil del contenido. De esta forma aparecen cuatro formas de contenido:



Rouquette establece que un mensaje es equilibrado cuando las especificaciones del sujeto y del predicado son equivalentes.

Según esta distribución de equilibrios Rouquette desarrolla la siguiente hipótesis en las págs. 49 y 50: "en una red de transmisión, todo rumor tiende a un equilibrio óptimo". La transformación de un mensaje hacia ese equilibrio puede tener un afecto "aditivo o sustractivo" (mediante la transformación de la especificación superior de uno de los elementos o de la especificación menor del otro). Por ello, la evolución del rumor depende de su estado inicial.



\* El contenido del rumor y su inclinación por lo negativo:

Las investigaciones de Knapp durante la II Guerra Mundial demostraron que más del 91% de los rumores recogidos por él en aquella época (1.089 rumores) tenían tendencia a propagar lo que social o individualmente se entendía por "negativo".

Rouquette señala dos razones que justifican esta inclinación del rumor hacia lo negativo (Rouquette, M.L., 1977: 51-57):

- **La inclinación cognitiva** -estudiada por Heider (Teoría de la Balanza), Osgood y Tannenbaum (Principio de la congruencia), Festinger (Teoría de la disonancia), Abelson y Rosenberg (Teoría psicológica) y McGuire- que establece que entre el sujeto sometido a un estímulo y su respuesta, intervienen una serie de procesos cognitivos (experiencias, personalidad, motivaciones...) que determinan las capacidades de representación del universo.

- El equilibrio y la negatividad. En este apartado el autor francés establece la inclinación hacia lo negativo en relación al equilibrio valorativo de los enunciados transmitidos, y a las dimensiones **informativa y expresiva** de estos últimos.

Rouquette entiende por "información" de un rumor la especificación global del mensaje, mientras la "expresión" de un rumor consiste en la importancia de los refuerzos, positivos y negativos, que esperan los individuos situados en la cadena de transmisión. Estas dos características producen cuatro tipos de rumores:

- > Información fuerte y expresión débil.
- > Información débil y expresión fuerte (ambigua).
- > Información débil y expresión débil (rumores triviales).
- > Información fuerte y expresión fuerte.

Según este esquema se presentan las siguientes posibilidades:

Equilibrio:    1) un buen sujeto realiza una buena acción.  
                      2) un mal sujeto realiza una mala acción.

La observación natural de los rumores indica que casi nunca se propaga el enunciado 1) por su nulo valor expresivo ni informativo. En cambio, el mensaje transmitido es fundamentalmente parcial o totalmente negativo.

Desequilibrio:      3) un buen sujeto realiza una mala acción.  
                              4) un mal sujeto realiza una buena acción.

En la situación de desequilibrio, se produce disonancia y la consiguiente tendencia ya mencionada de búsqueda del equilibrio, por lo que la transformación que sufrirán los casos 3) y 4) será doble en cada uno:

Las transformaciones del caso 3) al 1) y del caso 4) al 1) tienen pocas posibilidades de ser comunicados puesto que no se considera novedad que alguien bueno realice una buena acción.

Las transformaciones del caso 3) al 2) y del caso 4) al 2) si tienen interés en comunicarse. Volvemos a la afirmación inicial: el mensaje que se transmite suele ser negativo.

**La negatividad de los rumores** aparece así como una **consecuencia de la intención de comunicar**. Si además se atiende a su consideración de **factor de cohesión social**, sólo puede lograr este cometido si parte de la negatividad de su contenido, que también sirve de **refuerzo a la autoestimación positiva del emisor** del rumor.

\* Las **tipologías de rumores** resultan de gran interés por la variedad de criterios que propone cada estudioso.

De forma sintética, Rouquette menciona la tipología de Knapp (1944) según su **contenido manifiesto**: rumor que expresa un deseo como anuncio de acontecimientos satisfactorios; rumor que expresa temor y ansiedad y rumor agresivo, que causa el debilitamiento y ruptura de la cohesión social (Rouquette, M.L., 1977: 58).

También realiza un análisis (Rouquette, M.L., 1977: 59-64) de la distribución de los rumores según dos variables: el aspecto expresivo (considerado como la importancia de los refuerzos positivos o negativos que esperan los eslabones) y el aspecto informativo (especificación global del mensaje hacia el umbral que permite la capacidad mnemotécnica).

La distribución en cuatro espacios posibles de ubicación de un mensaje -4 combinaciones posibles con esas dos variables-, sirven para el estudio de las transformaciones (desplazamientos reductores o aditivos) que el rumor experimenta en ese área cuatripartito.

*En cuanto a la función de los rumores*

En este apartado Rouquette trata una de las funciones del rumor: este tipo de mensajes ponen de manifiesto la crisis o el estado social (como síntoma, no como agente).

*En cuanto al control de los rumores*

Para los investigadores norteamericanos, el mayor impulso para el desarrollo del estudio de rumor durante la II Guerra Mundial fue el poder controlarlos y dirigirlos si conseguían conocer y analizar sus mecanismos de actuación.

De hecho, las citadas "Clínicas de rumores" trataban de controlar la difusión de éstos mediante el análisis y posterior difusión de argumentos que arruinaran su credibilidad.

Frente a las reglas que Knapp (1944) enumeró destinadas a controlar la circulación de los rumores, Rouquette opinaba lo siguiente (Rouquette, M.L., 1977: 90- 93):

- Mantener o restablecer la confianza del público en los canales de comunicación tradicionales (sobre todo en la prensa y la radio) por su función niveladora que permite llegar a todos: para Rouquette, "el mito tecnológico de los medios de comunicación niveladores fracasa cada vez que se pretende aplicarlos".

- Conseguir la confianza de la población en sus dirigentes: para Rouquette, esta regla expresa más bien un deseo que se niega a aceptar la realidad del momento.

- Difundir el máximo de noticias con la mayor rapidez posible (para evitar la información incompleta e insuficiente): para el investigador francés es difícil prever la laguna de la información transmitida que pueda llegar a facilitar el inicio de un proceso de rumor. Además, *para él, es dudoso que una información generosa en detalles que provenga de canales oficiales pueda destruir los gérmenes de un rumor.*

Rouquette llega a afirmar en este sentido: **"no es posible suprimir un modo privilegiado de comunicación"** (Rouquette, M.L.,1977:91)

- Hacer que esas noticias sean accesibles a todos (multiplicando la difusión potencial de los medios masivos). Para el francés es "peligrosa" esta tentativa de difusión uniformada de la "versión oficial" -recibir todos el mismo mensaje en el mismo momento- que sustituiría la diversidad que caracteriza al pensamiento social.

- Es aconsejable movilizar constantemente a la población para evitar el ocio y la monotonía que estimulan la formación y transmisión de rumores. Rouquette denuncia esta regla con la palabra "totalitarismo" y rebate esa creencia sobre el ocio y la monotonía declarando que, a menudo, podría afirmarse lo contrario.

- En una situación de crisis se debe efectuar una campaña en contra de la transmisión de los rumores. Campaña que consistiría en presentar los rumores como instrumento insidioso de una propaganda enemiga; destacar el peligro que supone para la seguridad nacional la puesta en circulación de informaciones inexactas; desacreditar los rumores insistiendo en su falsedad intrínseca, fantasía o exageración; y desvalorizar la conducta de



transmisión.

Ante esta campaña, Rouquette pone en cuestión el problema de la "identificación" de los rumores (cómo se reconocen, cómo se rechazan...) y sus "funciones" ("¿Cómo renuncia un grupo amenazado a una práctica que contribuye de modo tan potente a preservarlo?")

En la obra de este investigador francés se encuentran las primeras referencias expresas sobre **el rumor en las organizaciones**. Alude a la afirmación siguiente de dos teóricos de la Organización (March y Simon, 1965) para rebatirla y expresar su punto de vista:

"Las organizaciones industriales y burocráticas tienen como finalidad esencial -desde una perspectiva ergonómica- asegurar una circulación totalmente controlada de la información para lograr la máxima eficacia"

Estos autores oponen las propiedades de esta circulación controlada a las características anárquicas de la transmisión de rumores, y consideran "enfermedades" formales de la organización a la circulación no planificada de información, que puede darse de dos formas (Rouquette, M.L., envía a March y Simon -1965-, 1977:95):

- utilizar un canal formal de comunicación para transmitir informaciones no pertinentes en cuanto a los objetivos de la organización (utilizar la organización para sus fines personales).
- y crear canales informales entre los miembros de la

organización, que elaboran una organización paralela muy eficaz y que quien la utiliza la considera preferible a la organización formal.

En opinión de Rouquette esta segunda posibilidad demuestra una insuficiencia de la organización en la búsqueda de sus propios objetivos y en la integración eficaz de sus miembros. La comunicación que se deriva adquiere las características generales del rumor: intercambio por contactos interpersonales; incertidumbre por el origen del mensaje; aparece el aspecto afectivo, etc...Lo instrumental se encuentra ligado a la finalidad y , "en apariencia, esto no evita que la gente sea eficaz".

**Para Rouquette la aparición de un rumor en la red formal de una organización revela, más que un mal funcionamiento de ésta, la evidencia de la existencia de mecanismos de comunicación específicos en la vida de los grupos.**

Por último, este investigador afirmaba que **el cuadro teórico del rumor quedaba, en gran medida, sin definir** porque, entre otras cosas, "los rumores están **precalificados en psicología de manera negativa**" (pág. 104), y la mayoría de los investigadores trataron de explicar estos fenómenos a nivel individual -reduccionismo- cuando el rumor es un **fenómeno colectivo**.

### **II.1.5.- La Investigación del Rumor en España.**

Otro estudioso del rumor desde la psicología social es **Gonzalo Musitu**, que publicó un capítulo dedicado a la psicología del Rumor en su obra "Psicología Social" (1978). Este investigador afirma que el rumor es comunicación ya que consiste en la transmisión de mensajes dentro del contexto de un proceso de socialización mediante la emisión, conducción y recepción de éstos.

En sus páginas, Musitu se refiere en muchos aspectos a las teorías ya comentadas de Allport y otros investigadores norteamericanos:

\* Para definir al rumor retoma el concepto de Allport: *proposición sin medios fiables de demostración.*

\* Respecto al **grado de vinculación con la realidad**, Musitu establece las siguientes fuentes de rumores: los sucesos que parten de un evento importante y ambiguo y los que parten de la inventiva (para destacar en una reunión o difundirlo con una intencionalidad "a priori"). De esta forma distingue entre "rumores provocados por un hecho" y "rumores que pretenden provocar hechos".

\* En cuanto a la **génesis del rumor**, Musitu vuelve a hacer referencia a la "Ley del Rumor"<sup>12</sup> pronunciada por Allport: menciona como condiciones básicas **la importancia del tema** (tanto para el el sujeto transmisor como para el receptor) **y la ambigüedad de los hechos a partir de los que se genera**. La interrelación de estas variables será multiplicativa puesto que cuanto mayor sea su magnitud, mayor será la extensión del rumor, y si una de estas variables no existe, no habrá rumor.

Musitu también recuerda las **condiciones que alteran esta Ley**:

- \* las condiciones de penalización del rumor limita la extensión de éstos a círculos restringidos de amistades.
- \* la heterogeneidad de la población es un freno a su transmisión puesto que cuanto mayor sea la coincidencia de ideologías, escalas de valores y prejuicios, más fácilmente se transmitirá este tipo de mensajes.
- \* otra condición es el grado de prevención o desprestigio con el que esa población percibe al rumor.
- \* la cualificación del receptor también influye puesto que a mayor nivel cultural, menor es el crédito que se da a los rumores.

---

<sup>12</sup> "...la cantidad del rumor circulante variará con la importancia del asunto para los individuos afectados, multiplicada por la ambigüedad de la prueba o testimonio tocante a dicho asunto. La relación entre importancia y ambigüedad no es aditiva sino multiplicativa, puesto que con importancia o ambigüedad igual a cero, no hay rumor" (Allport, G y Leo Postman, 1967: 16).

\* En cuanto a los **factores motivadores que impulsan la propagación** del rumor, Musitu sigue haciendo referencia a Allport:

a) Funciones -o intentos de racionalización- que lo motivan:

\* Función explicativa, por la que el sujeto trata de explicarse una situación desconocida o ambigua que le causa inseguridad.

\* Función justificativa, por la que el tema del rumor proporciona al sujeto, ante él mismo y ante los demás, la justificación de su estado emocional.

\* Por las funciones anteriores, la mera transmisión del rumor también ejerce una función tranquilizadora, reduciendo el grado de tensión emocional. Este proceso de "alivio" justificaría la cadena de transmisiones que genera el rumor y su rapidez en el proceso.

b) Bases emocionales -o modos inconscientes y emocionales- que resultan del reflejo del estado de ánimo en la interpretación del mundo que le rodea: mecanismos proyectivos:

\* Proyección complementaria: incluye "los rumores mediante los cuales se encuentra en la supuesta conducta de alguien, una explicación

razonable de nuestros propios sentimientos" (Musitu, G, 1978: 10).

\* **Proyección directa:** incluye los rumores "en los que se desplaza la propia culpabilidad a otras personas" (Musitu, G., 1978: 10). Estudios de Allport y Lepkin (1945) y de Frenkel-Brunswick y Sanford (1945), señalaban que las personas que suelen eludir sus responsabilidades y culpas tienen mayor tendencia a captar y favorecer rumores sobre malas conductas ajenas.

c) Otros motivos secundarios que menciona Musitu son:

\* La búsqueda del protagonismo mediante la demostración de "estar enterado", como forma de prestigio social.

\* Como simple instrumento para "romper el hielo" y evitar silencios.

\* **El rumor, como forma de disonancia cognitiva.**  
El autor defiende que la aceptación de un rumor, al introducir nuevos elementos cognoscitivos, es una forma de variar el conocimiento sobre una situación disonante -situación de incomodidad psicológica provocada por situaciones no concordantes o incoherentes-. Esta es una de las dos soluciones para reducir dicha disonancia. La otra solución implicaría variar su conducta.

Además, señala Musitu, el rumor no sólo reduce la disonancia, sino que también puede crearla y fomentarla.

\* En cuanto a los **tipos de rumores**, Musitu aporta una relación de los criterios más usuales, descartando la existencia de una clasificación de los rumores universal y válida:

- \* según su temática.

- \* según sus efectos sociales.

- \* según la rapidez de propagación.

- \* según su periodo de vida

- \* según su cobertura y el número de personas a las que afecta.

- \* según su grado de verosimilitud.

- \* según su grado de distorsión.

- \* según los factores emocionales que motivan el rumor.

- \* según se genere antes, durante o después de un hecho.

- \* según la intencionalidad o falta de ella (rumores ociosos).

\* **Los fenómenos experimentados por el rumor en su proceso de transmisión** -esquema de la deformación: nivelación, acentuación y asimilación, tal y como los postularon los estudiosos norteamericanos Allport y Postman- son asumidos por Musitu como universales, puesto que hay teorías psoteriores que las confirman:

-Wulf (1922) descubrió en una investigación sobre los cambios operados en la reproducción de un dibujo, que, a medida que pasaba el tiempo entre la percepción de la muestra y su reproducción, éstos dibujos últimos tenían formas más simples. Explicó estos cambios según tres factores: la normalización (o nivelación, según los autores anteriores), el énfasis (o acentuación) y los cambios autónomos (o asimilación).

-Gibson (1929), Allport (1930) y Hogan y Walter (1932) obtuvieron conclusiones en el mismo sentido.

\* En las sociedades modernas, comenta Musitu, la institucionalización de la información **mediante los medios de comunicación social no escapa al fenómeno del rumor**. Incluso, "cierto tipo de rumores -declara el autor- se han institucionalizado a través de los referidos medios" (Musitu, G., 1978: 21), bien por formar parte de los contenidos informativos, bien por su escasa o nula diferencia con la noticia en sí -publicación o emisión de hechos que no han sido verificados-.



Teniendo en cuenta la amplísima cobertura que consiguen estos medios de comunicación masiva entre la población, lo más destacado de la relación del rumor con ellos es la enorme repercusión social que su transmisión alcanza y la minimización del tiempo de transmisión al romper la tradicional transmisión oral y personal en cadena.

**\* Musitu estudia el funcionamiento del rumor en los diferentes medios de comunicación de masas<sup>13</sup>:**

**\* La Prensa:** para Musitu es el medio informativo en el que más circula el rumor. En este medio, el periodista rara vez es testigo directo y, en la lucha por conseguir la primicia muchas veces se publican como noticias hechos no verificados. Las relaciones entre el rumor y la noticia se producen según cuatro formas:

---

<sup>13</sup> Aunque el ámbito de esta investigación no incluye la influencia que en el proceso del Rumor puedan llegar a tener los Medios de Comunicación, resulta interesante traer a colación una de las conclusiones que el investigador alemán Jürg Becker obtiene al realizar un análisis de la Investigación sobre comunicación en Alemania. Becker cita al Pedagogo Dieter Baacke por su defensa de la "ecología de los medios". Contraria a la investigación tradicional de los efectos de los medios, el enfoque "ecologista" asume que, entre la juventud, los "mundos de vida" están integrados. Esto quiere decir que la utilización de múltiples Medios de Comunicación en los más variados entornos sociales y contextos de los jóvenes, hace que los lenguajes de dichos medios se vean integrados con la evaluación subjetiva de las respectivas situaciones afectadas por ellos. En una investigación llevada a cabo por Baacke entre la juventud alemana, durante 1986-89, se destacan los siguientes descubrimientos: el uso activo de los medios de comunicación se corresponde con relaciones sociales activas -con lo que se deriva la extendida tesis de que el uso activo de los medios reduce la calidad de la experiencia directa-; para la juventud alemana la televisión es el medio de comunicación más importante, y el deseo de disponer de medios de comunicación nuevos por parte de estos jóvenes.

-el rumor que precede a la noticia como forma de anticipación noticiosa (por filtración o por deducción lógica de una secuencia de informaciones previas).

- el rumor que acompaña a la noticia tratando de racionalizarla.

- el rumor que sustituye a la noticia cuando éstas no existen.

- el rumor que sigue a una noticia importante y ambigua genera en los lectores rumores. En este sentido, Musitu cita entre las principales causas de ambigüedad la ausencia o escasez de noticias, las noticias contradictorias y la desconfianza ante los medios de comunicación (el control estatal de los medios de comunicación crea una conciencia social de poca credibilidad de esos medios, lo que provoca la creación y transmisión de rumores).

La prensa cita los rumores de tres formas: como rumor calificado, como falsa alarma (con forma de noticia pero siendo sólo un rumor) y con calificación indeterminada (Musitu la califica la forma más frecuente y peligrosa de transmisión).

Para este último caso el autor realiza una relación de los estereotipos verbales más frecuentes para introducir estas informaciones, lo que ha provocado una cierta institucionalización del rumor (Musitu, G., 1978: 24) -para el autor son demasiado ambiguos y, sin embargo, "tienen la finalidad implícita de hacer *raisonablement creíble* la noticia":

- "Se tiene la impresión...al parecer... se adivina... se dice..."
- "Se dá por descontado...se dá como probable... se cree..."
- En círculos bien informados...en otros círculos..."
- "Ciertas fuentes aseguran ... fuentes fidedignas... fuentes competentes han confirmado... otras fuentes manifestaron..."
- "En medios cercanos a...en sectores próximos se piensa..."
- "Ciertas informaciones apuntan... algunas informaciones aseguran...hay indicios claros de que..."
- "Ha anunciado una fuente conocida por tener acceso a altos niveles de información"

Es interesante destacar, frente a esta *institucionalización del rumor en la prensa*, las aportaciones de Kirkpatrick (1932) y de G.H. Smith (1947) señaladas por Musitu. Estos investigadores mostraron que el hecho de calificar una información como rumor es relativamente ineficaz respecto a la credibilidad que le atribuye el receptor. Lo que realmente determina a éste en la percepción del rumor como fiable es la coincidencia de los contenidos del rumor con sus actitudes preexistentes.

Por último, el autor español recuerda la importancia que la prensa ha tenido y tiene para la extinción del rumor : secciones de periódicos "Clínicas de rumores", notas oficiales aclaratorias, "mentís" o notas de desmentidos, entrevistas y declaraciones negando los rumores...

Respecto al lugar del rumor en la manipulación de la información, Musitu cita los procesos de acentuación, nivelación y asimilación que en la misma redacción, colocación en determinada página y en determinado lugar y confección de las noticias, consiguen distorsionar un mismo acontecimiento. El investigador cree necesario no menospreciar la importancia que el rumor adquiere como arma política para modificar actitudes y alterar la toma de decisiones.

\* **La radio:** como en su función informativa, la radio y la televisión se comportan, según Musitu, igual que los medios impresos -recoge y desmiente rumores- (por nutrirse de agencias de prensa), este autor centra su estudio en los programas no informativos.

Para el autor la escucha de la radio tiene una serie de características que la excluyen de realizar programas para extinguir rumores (en las campañas norteamericanas anti-rumores de la II Guerra Mundial la radio ya tenía un papel secundario por estos mismos motivos):

- La escucha de la radio no es constante: el radioescucha suele mover el dial con asiduidad.
- Si se cambia de dial cuando se está desmintiendo un rumor el mensaje que recibe el oyente será incompleto y puede que sólo escuche el rumor -a desmentir-, por lo que el efecto conseguido sería el contrario al deseado.
- La escucha de la radio es compatible con otras actividades y no se exige mucha atención (no es así con la prensa y la televisión)

- La imaginación del radioyente es un factor más de desencadenamiento de rumores<sup>14</sup>. Al tener que representar mentalmente lo que está escuchando (especialmente cuando lo que escucha le causa un impacto emocional), el oyente añade elementos de su propia imaginación generalmente condicionados por ese estado emotivo. La radio, por carecer de un soporte visual (Teoría de la Gestalt) ofrece una comunicación abierta que el oyente tiende a cerrar y completar.

\* Al igual que Allport, Musitu afirma que el rumor es uno de los **indicadores para detectar procesos tumultuosos**. El rumor aparece en las cuatro etapas del tumulto:

a)- Situación pretumultuaria: los rumores de hostilidad y acusatorios son frecuentes para crear

---

<sup>14</sup> Musitu recuerda un caso de emisión de la radio norteamericana que provocó un auténtico caos porque la audiencia entendió una novela como un hecho verídico: la emisión de "La Guerra de los Mundos" grabada por Orson Welles y emitida el 31 de octubre de 1938 en la CBS. La narración de esta novela fue realizada de una forma tan realista que muchos la confundieron con un informativo. El "desembarco de marcianos en los EEUU" provocó una situación de pánico tal en la población que fue necesario una frenética campaña de todas las cadenas disponibles para apaciguar el caos. Aun así, hubo brazos y piernas rotas, apagones, familias atrincheradas en sus casas, visiones de astronaves y soldados-robot, etc... Los diarios americanos y británicos del día siguiente - el 1.9.38- parecen expresar muy bien el alcance de esta confusión agravada por la rapidísima proliferación de rumores. (Musitu, G., 1978: 27).

Un estudio realizado mostró que la emisión fue escuchada por más de seis millones de personas, de las cuales un 28% había tenido miedo, al menos temporalmente, de que el suceso fuese real (Singer, E., International Encyclopedia of Communications, 1989: 490).

un clima de inestabilidad y agitación. Kimball Young (1969) considera las manifestaciones verbales como el "termómetro" que permite medir el grado de inquietud existente previo a una revolución.

b)- Situación de peligro: los rumores anuncian en esta fase la inmediata sucesión de hechos graves.

c)- Estallido del tumulto: muchos se inician con los rumores que Allport denominó "inflamatorios", por su recogida de las inquietudes del "ambiente" y por proporcionar el argumento definitivo que precipita la acción. Estos rumores suelen tener gran contenido simbólico y estandarización.

d)- Situación tumultuaria: en esta situación de apogeo y agitación los rumores circulan muy rápidamente. El contenido de ellos se centra en hechos violentos que pretenden justificar la réplica, exactamente igual de violenta.

## II.2.- EN LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

---

### II.2.1.- La Investigación en Francia: Jean-Noël Kapferer

Un investigador que lleva estudiando desde principios de los años 80 el fenómeno del rumor es el francés **Jean-Noël Kapferer** - experto en comunicación, imagen y publicidad y Presidente de la Fundación para el estudio de la información sobre los rumores<sup>15</sup>-.

Kapferer, en su obra "Rumores" -que titula con la frase "el medio de difusión más antiguo del mundo"- analiza la utilización de rumores en la política, el -ambito empresarial, en la vida de los grandes artistas y en la vida cotidiana. Aunque el lenguaje que utiliza en este libro es de caracter divulgativo, su mayor aportación se encuentra en la síntesis realizada de los estudios llevados a cabo hasta ese momento y en algunas contribuciones interesantes respecto a la concepción del rumor.

Su análisis del rumor parte de la concepción de éste como una noticia: "Una información que no pudiese ser noticia no puede dar lugar a un rumor"... "la primera reacción de un lector frente a una noticia es la de repetirla a una segunda persona".(Kapferer, J-N., 1989: 53-55)

---

<sup>15</sup> Es profesor en HEC y en ISA.



Recogemos a continuación las principales características de la doctrina de **Kapferer**:

\* **Enfoque racional y pragmático:** la concepción del rumor como proceso envuelto en el misterio es un error: los rumores obedecen a una poderosa lógica cuyos mecanismos pueden ser desmontados. Para este autor, no basta con explicar el fenómeno del rumor, sino que hay que **tratar de controlarlo** <sup>16</sup> (Ver apartado dedicado al Control de los rumores por parte de los investigadores psicosociales norteamericanos Allport, Lepkin, Knapp y la opinión de Rouquette respecto a ellas).

\* **La anulación del problema de la autenticidad del rumor:** aunque el problema de la verdad o falsedad del rumor ha caracterizado a la investigación de éste, la autenticidad de su contenido no aporta conclusiones significativas. "La gente -afirma Kapferer- no está en condiciones de distinguir lo real de lo inexistente cuando una noticia llega a sus oídos por la transmisión de boca en boca". El proceso del rumor surge cuando alguien cree en una información y la considera importante para comunicarla a otras personas.

\* **Definición del rumor, según el carácter de su fuente:** el contenido del rumor se caracteriza por provenir de una fuente no oficial. Kapferer define de esta forma el rumor (Kapferer, J-N., 1989: 24):

"Llamaremos rumor a la aparición y circulación en la colectividad social de informaciones que aun no han sido confirmadas públicamente por las fuentes oficiales, o que éstas han desmentido. El "se dice que" es una

---

<sup>16</sup> Kapferer apunta que para ello se debe estudiar el fenómeno de las creencias.

negación, ya sea porque el rumor se ha adelantado a la fuente oficial, ya porque se opone a ella".

Según este autor francés, el concepto "fuente oficial" es una noción política resultado de un consenso que establece aquel que tenga la autoridad -en ese aspecto o tema-.

Otra definición que llama la atención por su espontaneidad es la que Kapferer proporciona después:

"El rumor es una manera espontánea de tomar la palabra, sin que medie invitación alguna...el rumor plantea "quién tiene derecho a hablar de qué".

No podemos olvidar tampoco la alusión que éste realiza respecto al valor que se le asocia: el rumor es tan valorado por ser un "bien escaso".

\* Entre las **comunicaciones persuasivas**, el rumor se distingue por su **seducción**, al proporcionar la oportunidad de comprender mejor el mundo, simplificándolo de forma considerable. El rumor es "una información que deseamos creer", afirma este autor (Kapferer, J-N., 1989:88). La capacidad de convicción del rumor, según Kapferer, se acrecienta porque ese deseo de creer es a veces tan poderosos que desplaza cualquier argumento de realismo y lógica. El emisor se "adueña" de la "noticia" y la utiliza como argumento para:

- demostrar su capacidad indagatoria.
- convencer de algo a otros.
- librarse de algo o alguien.

- agradar, unirse o reforzar su vínculo a un grupo. Esto sucede porque al compartir opiniones, valores y actitudes, se consiguen beneficios psicológicos que facilitan la participación en los rumores.
- hablar por hablar.

Uno de los efectos de la persuasión, según Kapferer, es la adición de detalles al mensaje (para apoyarse en pruebas suficientes) como base del efecto bola de nieve durante la transmisión. Sin embargo, en el proceso, se suprimen los elementos que no son esenciales porque la lógica de la simplificación lleva a la depuración de todo lo inútil, permaneciendo sólo los hechos pertinentes en relación a la tesis central del rumor. Además, "Dado que no cuenta con el soporte de la imagen, el rumor debe impresionar al interlocutor amplificando los detalles.... El personaje se reduce a unos trazos muy marcados. Esta intensificación refuerza la visión maniquea del rumor" (Kapferer, J-N., 1989: 144).

\* **Los contextos** en los que nace el rumor suelen ser situaciones de **confusión, crisis, desconfianzas y desigualdades**, lo que puede tener su fundamento en la **permanencia del "chivo expiatorio**. Como dice Kapferer en la pg.129 de su obra: "el eterno retorno de las murmuraciones es el destino de los chivos expiatorios. ...Los culpables potenciales de los "pecados de la colectividad" son siempre los mismos: los extranjeros, los mal integrados en la colectividad, aquellos que no comparten las mismas creencias...En Occidente los judíos han constituido el modelo ideal de chivo expiatorio y, por tanto, el blanco natural de los rumores".

\* En el **proceso de transmisión** de rumores Kapferer retoma el que se ha citado anteriormente al hacer referencia a los investigadores norteamericanos (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet -1948-; Menzel y Katz -1956-) que implica una **difusión por etapas**. En primer lugar se transmite a los líderes de opinión y éstos a su vez lo transmiten a una segunda categoría de contactos, éstos a la siguiente, y así sucesivamente. Cada estrato se encargará de convencer al que va a continuación.

Este proceso de transmisión se caracteriza por la **transmisión rápida y en cadena o cascada**. La fugacidad del rumor es expresado por kapferer con estas frases:

- "Se consume por el placer de mascararlo"
- "La velocidad de los rumores no es sino el resultado de la prisa que se dan las personas para hablar de ellos a su alrededor"
- "Se trata de una noticia, lo cual la hace perecer a medida que pasa el tiempo"
- "Las relaciones estrechas entre las personas del grupo facilitan la circulación rápida del rumor como grupo homogéneo, estructurado y con una eficaz red de intercambios" (Kapferer, J-N., 1989: 65)

La transmisión del mensaje será más larga cuanto más ambigua y compleja sea la información en su fase inicial, debido a que ésta no es sino la expresión de la búsqueda de un sentido, la depuración de toda ambigüedad. Por el contrario, un mensaje breve y coherente tiene menos probabilidades de evolucionar hasta llegar a la forma extrema de la no variación: el refrán.

El rumor es concebido por Kapferer como **obra colectiva**, producto de la participación de cada individuo que participa en el proceso. Sin embargo, los papeles están repartidos.

\* Los **contenidos** que Kapferer establece como **orígenes o fuentes del rumor** son ("Aun cuando existe una fuente inicial, recordemos que el rumor es la creación de los otros" (Kapferer, J-N., 1989: 55)):

- Todos aquellos que trastornan el orden establecido de las cosas y que provocan una reacción en el que recibe el mensaje.
- También cita las informaciones que afectan al grupo (al que pertenezca el emisor) indirectamente, mediante la identificación con personajes más o menos lejanos.
- Las fortunas y penas de las personas que representen "símbolos públicos", de la política, las artes, mundo deportivos, etc...
- Otras fuentes del rumor son los acontecimientos, testimonios, "fantasmas", "mitos volantes que se actualizan", mensajes confusos, manipulaciones y la publicación inocente de hechos "no verificados", etc..., que ven favorecidos sus errores por los factores de movimiento, brevedad del tiempo, condiciones físicas del testigo, sus prejuicios, sus tensiones.

\* Como resultado, **el emisor crea el mensaje** -es decir, determina el contenido- **como reacción psicológica** ante un hecho concreto (acontecimiento, testimonio, situación de desigualdad,

sorpesa, etc...). La fidelidad de este contenido depende fundamentalmente de la implicación del público en el mensaje, la cual puede tener un carácter racional o afectivo. Si es racional será importante el contenido del mensaje pero no se producirá identificación entre el mensaje y el transmisor. Si es afectivo, el público se sentirá emocionalmente implicado por el rumor y los controles racionales se dispersarán, por lo que el rumor dejará de moverse en el terreno de la realidad y pasará al plano de lo fantasmal, de la especulación y de lo imaginario.

\* Sin embargo Kapferer distingue a menudo un **segundo mensaje, oculto** bajo su contenido aparente, que provoca satisfacción emocional al transmisor mientras está en circulación. Algunos casos son: la superioridad nacional, el recurso del pensamiento mágico, el retorno de Satán, la educación moral.

\* Respecto a las **funciones** del rumor, muy ligadas a la cualidad de comunicación oral que lo caracteriza, cita las siguientes:

- hablar para saber.
- hablar para convencer.
- hablar para liberarse, lo que es socialmente aceptable para la agresividad reprimida. Este es el motivo por el cual los rumores abundan en las situaciones y en los ambientes que sufren una fuerte censura moral. "El Rumor es una carta anónima que cualquiera puede escribir en total impunidad".
- hablar para agradar.
- hablar por hablar: "el rumor tiene un caracter de juego". Entreteener, servir de resorte de la conversación, extinguir el aburrimiento y el vacío.
- mantener la cohesión social: participar en el rumor es también

un acto de participación en el grupo.

\* Es interesante la opinión de Kapferer respecto al **proceso de actualización** que experimenta el rumor. Según este proceso, el rumor tiende a actualizar constantemente los datos y esto le confiere una **"eterna juventud"**. La causa se encuentra en que, al igual que todas las informaciones, el rumor pierde su valor a medida que se aleja del acontecimiento sobre el que versa. Para que pueda circular, es necesaria una continua renovación.

\* Al anterior proceso le sigue la aparición de **sustituciones** por las que el significado del rumor permanece, mientras cambian sólo los significantes. Así se producen multiplicidad de versiones de un fondo común permanente.

\* En cuanto a los **tipos de rumores**, este autor hace referencia a la clasificación de R. Knapp (1944):

- Rumores "rosa" que confunden deseos con realidad.
- Rumores catastrofistas, que son expresión de temores o ansiedades.
- Rumores que siembran la discordia mediante el ataque a integrantes de una colectividad.

El investigador francés apoya la teoría norteamericana de que **el contenido del rumor es fundamentalmente negativo** y la argumenta resaltando el valor gratificante e informativo de lo "negro": si para los demás la situación es peor nos sentimos satisfechos y, por supuesto, es mucho más interesante como información a transmitir.

\* Kapferer es uno de los pocos autores que abordan el **funcionamiento del rumor en la vida profesional**, ya sea de una fábrica, oficina, empresa privada o administración:

"La empresa es un lugar privilegiado para el secreto, lo cual no hace más que aumentar el número de rumores... En un espacio social de tensiones, en pleno conflicto de intereses, en la pérdida de capacidad para controlar el futuro, el trabajador experimenta un sentimiento de desequilibrio y proporciona un objeto preciso donde polarizar sus atenciones" (Kapferer, J-N, 1989: 189).

Para Kapferer, el rumor se convierte en un instrumento de *contrapoder*, útil para *"movilizar la resistencia"*. Sin embargo, tratando de analizar las causas de su formación llega a la conclusión de que las organizaciones si bien controlan sus comunicaciones con el exterior, están desprovistas en gran medida de instrumentos de comunicación interna. Esta laguna se ve *"abordada"* por la proliferación de rumores, que debe ser tratada, según Kapferer, con esta filosofía:

"La tarea del Director de Comunicación interna o de Relaciones Humanas no es acabar con los rumores, sino evitar las situaciones que puedan dar lugar a ellos" (Kapferer, J-N., 1989: 193).

De todas formas, este autor aclara que toda organización social lleva consigo unos conflictos producto de la estructura interna y de las relaciones de poder, por lo que **la aparición de rumores se hace inevitable**. Lo que si es indicativo es el número y el contenido de los rumores que se produzcan, que constituirán un **excelente barómetro** del ambiente de esa organización.



Como se expuso anteriormente, el Rumor es una forma de expresión y un modo de acción sobre el entorno, que también en este caso nace de condiciones de "infrainformación", "sobreinformación" o "desinformación". Kapferer aconseja que para prevenir los rumores desfavorables, debe predominar la transparencia informativa y una "política de información".

Para ello habrá que tener en cuenta que en toda organización existen **dos redes de comunicación: la formal y la extra-oficial:**

- El Sistema formal: simbolizado por el organigrama de la empresa.
- El Sistema extra-oficial que no figura en ningún documento; y, sin embargo, existe. Kapferer ejemplifica este sistema con la habitual red informal de comunicación "secreta" creado por las secretarías, a las que considera como fuente irremplazable de noticias.

\* Respecto al "**mentís**" o comunicado "**anti-rumor**", Kapferer lo considera insuficiente puesto que éste, para ser efectivo, debería ser tan interesante y reiterativo como el rumor, y no sólo "refutable". La clave, según señala este autor, es encontrar una fuente digna de crédito. Tampoco se debería olvidar el efecto "boomerang" que el "mentís" suele provocar: para desmentir hay que dar a conocer el rumor a quienes no lo conocían, mientras se intenta influir en quienes ya lo conocen. En muchos casos, señala el autor, la presentación del rumor seguida del "mentís" crea el mismo efecto negativo que la presentación del rumor sólo.

\* **Otras tácticas que Kapferer propone para "neutralizar" el rumor son:**

- Rumor y disociación: la información negativa ha de convertirse en positiva y debe disociarse la información negativa de la entidad "acusada".
- Rumor y reasociación: asociar otras informaciones que pesen sobre la opinión que el sujeto se crea con el rumor, haciéndolo incoherente.
- Dejar correr los rumores y luego desmentirlos ridiculizando a todos aquellos que lo propagaron.
- Emplear emisores creíbles para encauzar una respuesta contra el Rumor, no para ganar en credibilidad sino para despojar de ella al rumor.
- Para impedir que aparezcan algunos rumores previsibles -que en su mayoría nacen de la desconfianza de las versiones oficiales-, la clave de la prevención es también la de la credibilidad de las fuentes.

### II.2.2.- La Investigación en España.

#### Ricardo Gutierrez Ballarín

De la mano del Profesor Dr. Pedro Orive Riva, Catedrático de Estructura de la Información en la especialidad de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, **Ricardo Gutiérrez Ballarín** inicia sus estudios sobre el Rumor en 1980.

En esa fecha Gutiérrez Ballarín presenta su Tesina sobre el Rumor, como resultado de su intenso interés por el funcionamiento del rumor, considerado éste como expresión de la opinión pública<sup>17</sup>. Seis años más tarde, en 1986, este investigador español presenta su Tesis Doctoral "Rumor y Manipulación Informativa: eficacia del mismo" dirigida también por el Dr. Orive, en la Cátedra y Facultad mencionadas.

La metodología que emplea para el estudio del rumor en su Tesina es la inductiva: parte del estudio de los hechos para tratar de llegar a formular una Teoría. R. Gutiérrez Ballarín afirma, al igual que nosotros, que existe gran dificultad en encontrar material válido para su estudio. A continuación se recogen las principales aportaciones de este autor respecto a nuestro objeto de estudio:

---

<sup>17</sup> Recordamos en primer lugar la cita que R. Gutierrez Ballarín recoge en su Tesina: "Nada hay escondido que no llegue a saberse" *Mateo (10,24-33)*" (Gutiérrez Ballarín, R., 1980). En la *Sagrada Biblia de la Biblioteca de Autores Cristianos*, publicada en 1957, esta cita es la siguiente "...pues no hay nada encubierto que no se descubra, ni nada escondido que no se dé a conocer. Lo que os digo en la oscuridad, decidlo a la luz del día, y lo que escucháis al oído, pregonadlo desde las azoteas" *San Mateo (10,24-42)*.

1) El autor dedica un capítulo a la **Etimología y concepto del "Rumor"** y entre las definiciones que aporta cabe destacar las siguientes:

\* La cita que reproduce del Diccionario de la Psicología, de Norbert Sillamy, (Barcelona: Ed. Plaza Janes, 1969, 289 pp.) (G.Ballarín, R., 1980):

---

"rumores: noticias no controladas que se propagan oralmente.-Han sido objeto de numerosos estudios científicos. F.C. BARTLETT...Las alteraciones de los rumores dependen de factores afectivos (deseos, temores) y psicosociales (pertenencia a cierto grupo), mientras que su difusión se rige por la LEY DE FECHNER. En efecto, los trabajos de DODD han demostrado que la cantidad (C) de personas alcanzadas por un mensaje varía en proporción al logaritmo del número (P) de la población en que ha sido difundido el rumor (siendo constante el estímulo por individuo):  $C = \log.P$ ."

\* La definición del Profesor Pedro J. Pinillos (G. Ballarín, R., 1980: 20):

"el rumor es un tipo de comunicación informal... La comunicación primaria y secundaria cuya fuente no es un sujeto institucionalizado, es decir, la que procede de contactos personales no organizados... El Rumor circula por vía oral, de palabra y directo, o por medios técnicos".

\* La definición de "Rumor" en el Diccionario de Ciencias Sociales del Instituto de Estudios Políticos (Madrid, 1976, pág.798-799):

"la palabra rumor cubre un concepto y una realidad cuyas

características indican la divulgación de hechos o acontecimientos, cuya veracidad no se puede controlar o verificar...La emoción estrecha la percepción y esta es una de las causas por las cuales el contenido del rumor no sólo se deforma, sino que generalmente también se abrevia debido a la generalización de sus aseveraciones y a su falta de definición. La comunicación oral siempre tiende a simplificar y a abreviar los hechos, adaptándolos a las predisposiciones personales y culturales de la persona que habla...Muchas veces se cree en el rumor no por su veracidad, sino porque corresponde a una necesidad tanto de la persona que lo comunica como de la que lo escucha....Cabe relacionar el rumor con el clásico teorema de THOMAS (si los individuos definen las situaciones como reales, son reales en sus consecuencias)".

2) Otro aspecto que resulta de interés en este Trabajo de Investigación es la relación que establece entre el "Rumor" y la "Ley". En el texto revisado en 1963 del Código Penal, el artículo 252 expresa:

*"El que con propósito de perjudicar el crédito o la autoridad del Estado, de cualquier manera comunicase o hiciese circular noticias o rumores falsos, desfigurados y tendenciosos, o ejecutase cualquier clase de actos dirigidos al mismo fin, será castigado con la pena de prisión mayor e inhabilitación absoluta".*

3) En el capítulo que dedica el autor al estudio del rumor desde el punto de vista histórico -él lo enmarca en la Historia del periodismo-, distingue claramente el **rumor oral**, anterior a la escritura y rodeado de magia y de tabúes, del **rumor escrito e impreso** que se difundía a partir del invento de la imprenta.

También señala con acierto que incluso éste último, difiere del **rumor electrónico** que propagan hoy en día los medios modernos de comunicación (G. Ballarín, R., 1980: 46-47).

Respecto del **rumor oral** que circulaba en las sociedades primitivas, G. Ballarín recuerda la teoría de José Luis Pinillos al respecto: en aquellas sociedades primitivas -hoy en día tratan de sobrevivir con la nuestra en algunas zonas de América, África y Asia- una persona impresionable y sin cultura -occidental, esperamos entender- podría morir ante el influjo de un rumor. Su pensamiento poco crítico -desde nuestra concepción de la crítica- acepta más fácilmente creencias falsas y es un hecho constatado que podría morir a efectos del maleficio de un hechicero.

Unos siglos más tarde -G. Ballarín recurre a la Historia de la Comunicación de Vázquez Montalbán<sup>18</sup>- aparece en la **cultura romana** la figura del "**subrostrani**", que "era un profesional del rumor y de la información subterránea que vivía de vender noticias a los interesados... Horacio dice de los "subrostrani" que "... sin moverse del foro saben mejor que los generales las rutas por donde deben conducir a sus ejércitos" (G. Ballarín, R., 1980: 49).

En aquella época, con la creación de las ciudades y la plaza pública, se favorece la circulación de información espontánea a través de los comerciantes forasteros. En esas plazas públicas que incluso hoy favorecen este tipo de intercambio de información cotidiano y espontáneo, se forman

---

<sup>18</sup> Ed. Comunicación XXI, capítulos 1-5.

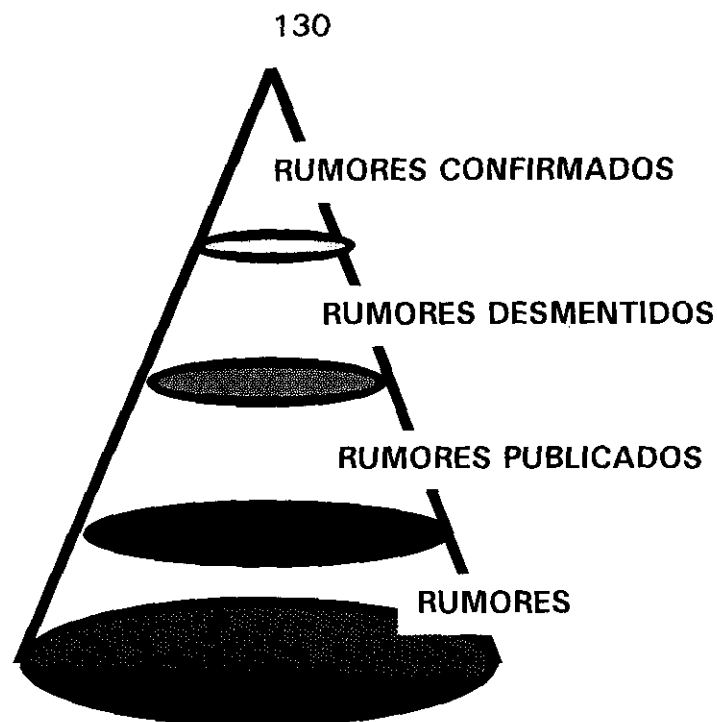
los embriones de mentideros donde el rumor crea estados de opinión que pueden llegar incluso a desencadenar importantes acontecimientos históricos.

4) Del estudio que realiza Ricardo Gutiérrez Ballarín sobre el **rumor en la prensa** el aspecto que más nos ha interesado ha sido **la confirmación y el desmentido de dichos rumores** (G.Ballarín, R., 1980: 101-102):

A través de la observación empírica que detalla en su *Obra*, se puede afirmar que en la prensa se desmienten de una manera expresa más rumores, que los que se confirman: "Existe más interés y más celeridad por desmentir un rumor falso que por confirmar uno verdadero". Esta afirmación la expresa de la siguiente manera:

$$R_p = R_d + R_c + R_x$$

Siendo:       $R_p$  = rumor publicado.  
                  $R_d$  = rumor desmentido.  
                  $R_c$  = rumor confirmado.  
                  $R_x$  = otros rumores, ni desmentidos, ni confirmados.



R. Gutiérrez Ballarín encuentra en el anterior análisis el caso, muy numeroso por cierto, de la publicación de rumores desmentidos que después se confirman. En ese momento, el autor se cuestiona la **ética del rumor**.

Aunque **la prensa** no sea el contexto en el que hemos situado al rumor en esta Tesis, nos vemos en la obligación de exponer a continuación la relación de los aspectos estudiados por este autor más interesantes **sobre el rumor en este medio de comunicación**, si deseamos ofrecer un panorama completo de la investigación que precede a esta Tesis sobre el Rumor (R. G. Ballarín, 1980: 134-386):



- a) Los Orígenes del rumor en la prensa: el rumor que se publica en la prensa tiene su origen en cuatro fuentes:
- en la propia captación de la noticia.
  - en la elaboración de la noticia.
  - en la supervisión.
  - y en la dirección (estas últimas se consideran de mayor responsabilidad).
- b) Mensajes que considera un periódico rumores, mientras otro no los considera.
- c) Valoración de un mismo rumor en cuatro periódicos distintos:

Los criterios que se utilizaron fueron:

- El emplazamiento: primera página, llamada o página interior.
  - Titulares: columnas que ocupa, altura, superficie y caracteres.
  - Presentación: con ilustración o no, tipografía.
- d) Las noticias sobre rumores provocan otros géneros:
- Artículos.
  - Editoriales.
  - Comentarios.
  - Críticas.
- e) El rumor puede ser publicado en cualquier sección de un periódico.

- f) La Descalificación del rumor en la prensa: el autor cita algunas frases que ejemplifican este hecho:
- "Sólo es un rumor".
  - "Un simple rumor..."
  - "Sólo rumores sobre...", etc...
- g) Secciones fijas en la prensa sobre el rumor (R.G. Ballarín, 1980: 190): se recogen a continuación las opiniones del autor al respecto:

*"...porque la muerte de Franco unos meses después conmovió al mundo de la información, pero las secciones fijas sobre el rumor, con la democracia, han estado vigentes y los boletines confidenciales siguen publicándose"... "A finales de Marzo de 1980 un editorial del Diario ABC decía:*

*- "circulan por ahí y empiezan a multiplicarse ciertos boletines informativos, más o menos confidenciales... cuyo precio de suscripción rebasa en mucho el precio de suscripción de un periódico -multiplican cada peseta por diez o más-, se incluyen noticias anticipadas, rumores que quizá nunca serán noticias, sospechas de secretarías, secretos a fecha fija y otras modalidades de **cripto-periodismo**, con el imprescindible aderezo de algunas informaciones ciertas... No deja de ser paradójico que ahora, en régimen democrático, cuando debería reinar la máxima transparencia informativa, florezca la especie de un periódico confidencial "off the record", que se reserva*

*porciones de información para el conocimiento de unos pocos".*

Recordamos las siguientes secciones fijas de los siguientes periódicos y revistas:

- ARRIBA: en su dominical: "La caja de los Rumores".
- REPORTER: sección "No confirmado".
- OPINIÓN: sección "A nivel de rumor".
- EL PERIÓDICO: columna diaria: "Rumor".
- INTERVIU: sección "¡Qué coñazo!" con el subtítulo "Rumores, secretos, novedades, gritos, susurros y alaridos de la TV".
- INFORMACION DE ALICANTE: recuadro titulado "El rumor de cada día".
- CAMBIO 16: sección "De buena fuente".

- h) Ricardo González Ballarín analiza dos artículos sobre el rumor publicados en dos diarios españoles cuyas principales afirmaciones son las siguientes (R.G. Ballarín, 1980: 194):

- Manuel Martín Ferrand "Entre el rumor y la conjetura", El Periódico, Madrid, 1979: *"Buena parte de los rumores que se incluyen en esta página, y en general de todos los que circulan al calor de la crisis de Gobierno, están puestos en circulación por los propios nominados. Es una vieja táctica en la conquista del poder... el rumor es un arte, una estrategia y, por tener,*

***tiene hasta una estética especial".***

- Francisco Umbral "Antología de rumores", El País, Madrid, abril de 1980: en su columna diaria escribió *"uno de los lemas estilísticos del Libro de Estilo de este periódico reza así: -Los rumores no son noticia...-. Luis Apostua... me dijo: -el rumor es el florón de las sociedades silenciosas-...pero de lo que quiero avisar hoy es de que el rumor vuelve. En la medida en que nuestra democracia va perdiendo transparencia, como diría Pániker, el rumor va ganando influencia"*.

- i) Áreas que generan más rumores:
  - **El Poder Ejecutivo es el que más rumores genera: este rumor político** va a ser analizado ampliamente por este autor.
  - La Economía.
  - **Los asuntos laborales:** el alto número de funcionarios que acoge el Estado produce muchas tensiones y rumores: injusticias retributivas, huelgas, posibles estafas, posibles suspensiones de pagos, etc...
- j) El rumor en supuestas y escondidas campañas publicitarias.
- k) Fotografías trucadas que provocan la creación de rumores.

- l) Investigación de rumores y el secreto profesional.
  
- m) El rumor político en la prensa: Gutiérrez Ballarín dedica el tercer capítulo de su Trabajo de Investigación a este tipo de rumor. En concreto trató los siguientes aspectos:
  - La libertad de expresión: afirmó en la página 256 de su obra: "la libertad de expresión y la carencia de rumores no se dan en estado puro en ningún sistema", ni democrático ni dictatorial".
  
  - Democracia y rumor.
  
  - Lanzamiento de rumores como sondeos: analiza en este capítulo este tipo de "globos sonda" que persigue ver la reacción de la opinión pública (fundamentalmente de la élite).
  
  - Estadísticas y rumores: "y es que los rumores de fraudes electorales, manipulaciones estadísticas y cosas afines son cultivo corriente en el campo político" (G.Ballarín R., 1980: 282).
  
  - Secretos oficiales, materias reservadas y rumores: en este aspecto, el autor equipara "control de la información" con "poder". Los rumores acaban llenando el vacío que dejan estos secretos y materias reservadas.
  
  - Los Partidos Políticos como fuentes de rumores.
  
  - Las Crisis de Gobierno, rumores frecuentes.

- El rumor sobre la salud de los políticos.
  
- Los rumores y el Franquismo: en aquella época de escasa libertad informativa, los rumores proliferaban. En los últimos años de la vida de Franco este tipo de mensajes alcanzaron cotas altísimas. Prueba de ello, señala G.Ballarín, es la declaración de José Oneto publicada por Cambio 16 el 18 de noviembre de 1974: "los expertos aseguran que en la Historia del Franquismo jamás hubo tantos rumores por hora como los que se registraron la semana pasada...España era un inmenso círculo por el que se canalizaba el rumor más disparatado con la mayor tranquilidad".

Un año antes, en 1973, el Ministro de Información y Turismo, León Herrera, declaraba algo parecido pero contradictorio "España es un país rumoroso donde los rumores se engarzan como cerezas, se extienden como una mancha de aceite y alcanzan un ritmo de progresión geométrica...Tengo que decir que todos los rumores carecen en absoluto de fundamento".

A la muerte de Franco estalló una guerra editorial que no excluyó textos posteriormente considerados como contrarumor. Un ejemplo de ello fue el popularísimo libro del Teniente General Francisco Franco Salgado-Araújo, primo de Franco, titulado "Las confidencias de Franco".

Para terminar con el estudio del rumor en aquella época, **Ricardo Gutiérrez Ballarín** aporta en su

**investigación uno de los más ricos estudios comparativos realizados por la propia prensa (en este caso se trata del Diario ABC) respecto a la secuencia cronológica de hechos ciertos ocurridos y, en paralelo, de rumores transmitidos durante los diez primeros días de la enfermedad de Franco, que iban a marcar la tónica hasta su muerte -artículo del Blanco y Negro del Sábado 23 de octubre de 1975-.**

Una vez indicadas las principales aportaciones de este autor respecto al Rumor, llegamos a las siguientes consideraciones para nuestra investigación:

Según este investigador, en la época actual, caracterizada por la comunicación planetaria, y la utilización de poderosos instrumentos de comunicación colectiva, el rumor sigue teniendo una continua actualidad, que sobrepasa los límites que la libertad de expresión y objetividad informativa aconsejan. Aunque en esta Tesis no tendremos el problema de la "objetividad informativa" de los medios de comunicación colectiva, y no vamos a estudiar a fondo este aspecto, ponemos en duda el cumplimiento del concepto puro de "objetividad informativa", no sólo en el mundo del periodismo sino en cualquier tipo de comunicación humana.

Gutiérrez Ballarín afirma que estamos en el siglo del "miedo", y esa es la razón por la que considera que es ese "miedo" lo que hace aflorar y publicar el mayor número de rumores en la prensa.

Durante 1994, 1995 y 1996 estamos siendo testigos de una situación política y económica de enorme inestabilidad provocada por

una de las mayores crisis del Gobierno y de las instituciones españolas. Aunque el alto índice de paro y la crisis económica preocupan, el protagonismo lo han ostentado los escándalos diarios de carácter financiero, fiscal y moral (caída de Mario Conde, caso "Rubio", caso "Roldán", Filesa, "GAL", etc...), que están generando una proliferación de rumores en la prensa y otros medios de comunicación. Muchos de estos escándalos se iniciaron con la publicación de informaciones (rumores en su mayoría, confirmados posteriormente por investigaciones complementarias) generadas por diferentes periodistas de investigación de los distintos diarios españoles (en especial, está protagonizando este tipo de periodismo de investigación el Diario EL MUNDO).

Respecto a las adjetivaciones de descrédito que confieren determinados medios y profesionales al rumor, G. Ballarín concluye que este tipo de información tiene mayor trascendencia y derivaciones de lo imaginado. En este punto estamos de acuerdo.

También consideramos bastante interesante su afirmación de que en la prensa se desmienten más rumores que los se confirman.

R. Gutierrez Ballarín afirma que, para juzgar la ética de los rumores, hay que tener presente el concepto de la verdad en general y de la verdad informativa en particular; el de la objetividad y el del secreto profesional, sin olvidarnos de que es un componente social del que el periodismo no puede permanecer al margen.



Como se ha anticipado, seis años más tarde, en 1986, R. Gutiérrez Ballarín aporta al estudio del rumor su Tesis Doctoral "Rumor y Manipulación Informativa: eficacia del mismo" dentro del contexto periodístico en el que inició sus investigaciones. Se recogen a continuación las principales aportaciones de esta Tesis Doctoral:

1) El investigador español inicia este trabajo refiriéndose al esquema de comunicación aristotélico que Laswell recogió en su doctrina (más concretamente menciona el modelo de Laswell, corregido por Nixon). Este investigador sostiene que para estudiar correctamente el rumor habrá que analizar cómo afecta a cada elemento del modelo:

Según afirma G. Ballarín el Diagrama de Laswell coincide con las "5 W's" (o preguntas a las que se debe tratar de responder para escribir un buen "lead" informativo:

- "Who" (quién)
- "What" (qué)
- "When" (cuando)
- "Where" (dónde)
- "Why" (Por qué)

No podemos estar de acuerdo con esta coincidencia por los siguientes motivos:

-> El modelo de Laswell esquematiza el proceso de comunicación entre un emisor y un receptor. De hecho, lo expresó de la siguiente manera:

(Quien) (dice qué) (a quién) (sobre qué) (con qué)

efectos)

Emisor - Mensaje - Receptor - Referente -  
Intención emisor

Considerado así este modelo, la afirmación de Gutiérrez Ballarín de que en el rumor el "quién" no se conoce no podemos respaldarla porque en muchos casos la duda no está en el "quién" sino en cualquiera de las otras preguntas formuladas ante esa información. El rumor no siempre implica el desconocimiento de la fuente de la información.

-> Las "5 W's", en cambio, se refieren al "quién" hace qué, cuando, donde y porqué del hecho noticiable. Normalmente, todo rumor expresa un mensaje respecto a alguien al que consideramos sujeto de la oración.

2) Otro de los aspectos que ha llamado nuestra atención ha sido la **relación de causas** que este investigador establece por las que se difunde un rumor (G.Ballarín, R., 1986: 24-25):

- 1- La proyección.
- 2- La competencia en la conversación.
- 3- La autodefensa.
- 4- El temor.
- 5- El resentimiento.
- 6- La ansiedad.
- 7- La explicación de lo poco lógico.
- 8- La descarga de tensiones.

- 9- Lo desconocido.
- 10- Las épocas de crisis.
- 11- El sentimiento de "saber".
- 12- La conformidad.

De estas causas, todas menos la décima son endógenas al individuo. Todas, excepto las dos últimas, son mecanismos de defensa. Esto explica la siguiente afirmación de G. Ballarín:

*"En un gran porcentaje, el rumor es producto de mecanismos de defensa" (G.Ballarín, R., 1986: 41).*

3) También merece destacarse una reflexión del investigador español respecto **al rumor como "noticia"** (desde el punto de vista informativo): la visión maniquea de que la noticia se encuentra dentro de la ética y el rumor no se incluye en ella, no debe ser defendida.

Al determinar los principales elementos del contenido de una noticia, G. Ballarín adopta los términos de Carl Warren (G. Ballarín R., 1986: 53):

- 1- "Inmediacy" (actualidad).
- 2- "Proximity" (proximidad).
- 3- "Prominence" (relevancia).
- 4- "Oddity" (rareza).
- 5- "Conflict" (conflicto).
- 6- "Suspense" (suspense).
- 7- "Emotions" (emoción, sexo, interés humano, etc...).
- 8- "Consequence" (consecuencias, progreso, etc...).

De estas ocho características, consideramos la primera, tercera, séptima y octava coincidentes con el contenido del rumor.

4) El investigador español, dedica, posteriormente, un amplio capítulo a **las diferentes tipologías** que él y otros autores establecen para el rumor (G. Ballarín R., 1986: 61-72):

a) Clasificación del sociólogo ruso D.A. BYSOW -de acuerdo con un criterio temporal-:

- Rumor sigiloso.
- Rumor impetuoso.
- Rumor sumergible.

b) Clasificación del psicólogo canadiense J. A. IRWING - con un criterio temático-:

- rumores sobre horror, aversión, muerte.
- rumores sobre despilfarros y extravagancias.
- rumores sobre invasiones y amenazas a la seguridad del país.
- rumores sobre sentimientos antibritánicos.
- rumores sobre intenciones del Gobierno. racionamiento, financiación y guerra.
- etc...

c) Clasificación del rumor en el periodismo diario de R. Gutiérrez Ballarín (parte del Modelo de Laswell):

c.1) Rumor de emisor:

- creados por él y que le afecten.
- creados por él y que no le afecten.
- ni creados por él ni que le afecten.

c.2) Rumor de receptor:

- por su ámbito:
  - local.
  - nacional.
  - internacional.
- por su credibilidad:
  - con impacto.
  - sin impacto.
  - verificable.
  - no verificable.

c.3) Rumor de mensaje:

- por su interés:
  - interesante.
  - no interesante.
- por su importancia.
- por su ambigüedad

144

- por su tensión emocional:

- emocional.
- no emocional.

c.4) Rumor de código:

- de palabra.
- de mímica.
- de gestos.
- de final precipitado.
- de asimilación a hábitos lingüísticos,  
etc...

c.5) Rumor de canal:

- de teléfono.
- de prensa.
- de radio.
- de televisión.
- de ruido.

145

- de varios canales, etc...

c.6) Rumor de efectos:

- de afán de explicación.
- de producir tensiones.
- de aliviar tensiones.
- de posibilidades proyectivas.
- de evasión de culpabilidad.
- de favor.
- de retorno de la verdad.
- de continuidad.
- de asimilación a la expectación.
- de campaña de murmuraciones.
- de fácil refutación.
- de difícil refutación, etc...

d) Clasificación de Knapp (igual que en anteriores capítulos).

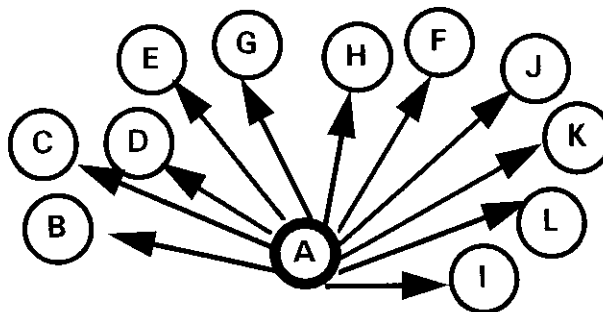
e) Clasificación de Keith Davis (Davis, Keith, 1953) -por la forma de transmitirse-:

e.1) Rumor en cadena de hilera única:

A-> B-> C- D -W K

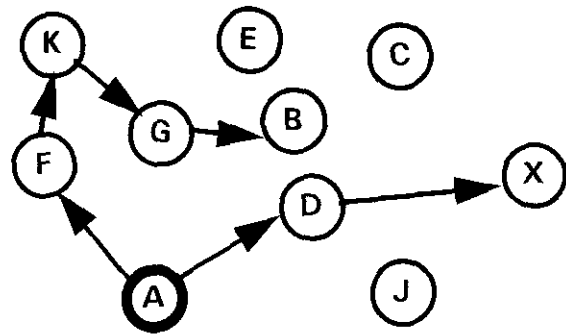
La distorsión acaba produciendo el hecho de que el tema original no pueda identificarse.

e.2) Rumor en cadena dispersa:

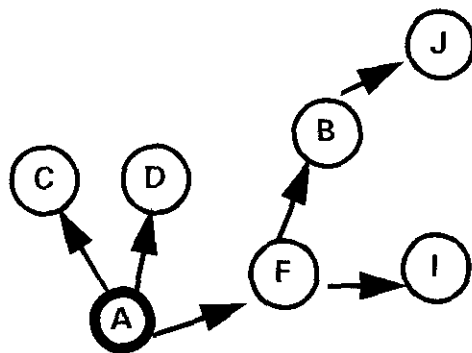




e.3) Rumor en cadena probabilística: "A" comunica al azar el rumor y éstos, también al azar, a otros:



e.4) Rumor en cadena arracimada: "A" se lo dice a tres personas seleccionadas. Quizá una de ellas se lo comunicará a otras dos, y una de éstas lo transmitirá a otra:



f) Clasificación del rumor publicado en la prensa, de Ricardo Gutiérrez Ballarín:

f.1) Por la fuente:

- de sondeo, para estudiar los efectos.
- para obstruir la información verdadera.
- por tener un control excesivo en los medios de comunicación.
- porque se filtra información que estaba destinada a ser reservada.
- por falta de respeto a la objetividad informativa.
- por broma.
- porque el asunto es de por sí rumoroso.
- porque no se puede profundizar en la verdad por falta de tiempo o medios.
- por la actualidad periodística que no permite contrastar determinadas noticias.
- por mala percepción y transmisión del mensaje.

- por temor de sufrir algún daño, ante la responsabilidad que supone lo informado.

f.2) Por el sistema político en el que se encuentra el medio:

- rumor de dictadura.
- rumor de democracia
- rumor de cambio político, etc...

f.3) Por su ámbito:

- internacional.
- nacional.
- local.

f.4) Por su contenido:

- políticos.
- económicos.
- laborales.
- religiosos.
- deportivos.

- varios, etc...

f.5) Por su objetividad informativa:

- de deformación de la realidad.

- de información tendenciosa.

- rumor que el tiempo confirma.

- rumores desmentidos.

- rumores desmentidos que, después, se confirman.

5) De nuevo volvemos a encontrar una **interesante referencia histórica del rumor**, que completa la que ya aportó en 1980. Traemos a estas páginas la frase que el autor toma de Virgilio - Eneida, IV, v. 173-188- (G. Ballarín R., 1986: 73):

*" mensajero del error y del mal tanto como de la verdad, el rumor, la más rápida de todas las plagas, va derramando el terror, y se fortifica difundiéndose"*

En la época romana en la que Cicerón era procónsul de Cilicia, Celio Rufo elaboraba una crónica periódica que titulaba "Comentarium Rerum Urbanorum" , elaborada por los "operarii" -considerados como los primeros precedentes formales de los periódicos- . Estas crónicas periódicas incluían, junto a los acontecimientos del Senado y los Edictos, las "famulas et rumores" que escuchaba Rufo y sus auxiliares.

La importancia que desde la época de los romanos se dio al rumor queda patente desde el momento en que los Emperadores romanos llegaron a nombrar "delatores" con la misión de contrarrestar la "guerra psicológica" producida por los rumores, considerados peligrosos al dirigirse contra la autoridad del Imperio (Gutiérrez Ballarín recuerda el episodio del Incendio de Roma en el año 64 cuyo Emperador consiguió, a través del rumor, desviar la culpabilidad hacia los cristianos).

En la Edad Media la información oral reinaba en cada feudo, por encontrarse la escritura limitada a unos pocos. Pero estos rumores no murieron, acabaron cristalizándose en leyendas, como afirman Lapierre y Farnsworth (G. Ballarín, R., 1986: 76):

*"Una leyenda es un rumor que ha pasado a formar parte de la herencia verbal de un pueblo".*

6) La consideración negativa del rumor que Ricardo Gutiérrez Ballarín profesa queda patente desde el momento en que dedica un amplio capítulo a analizar las fórmulas y leyes que puedan contrarrestarlo. El autor desea controlar el rumor para poder prever sus efectos y anularlos.

El autor rechaza la teoría de las "5W's" y la fórmula de Allport y Postman siguiente, por considerarlas demasiado simplificadoras:

$$R = I \times A$$

La tarea resulta tan complicada para el autor que llega a reconocer la "esterilidad de los esfuerzos por simplificar el fenómeno complejo del rumor....poner de manifiesto que, pese a todos los esfuerzos realizados, existe en él un componente aleatorio que habrá que tener en cuenta a la hora de hacer generalizaciones".

De su recorrido, cabe mencionar las **leyes de tipo verbal para explicar la alteración que sufre el mensaje en el curso de su transmisión:**

- Nivelación.
- Acentuación.
- Asimilación.

También trata **el proceso del Testimonio** previamente estudiado por Binet, Stern y Bartlett y caracterizado por estos tres pasos psicológicos:

- Percibir.
- Recordar.
- Informar.

El Investigador dedica páginas, incluso, para tratar el rumor como mentira que manipula la verdad.

7) El siguiente concepto que nos ha interesado ha sido el relacionado con **el público del rumor**. Gutiérrez Ballarín afirma que **el público del rumor lo forma la comunidad de intereses**. Sostiene que cada rumor tiene su público y según sea el contenido del mensaje así atraerá la atención de los que estén predispuestos por ese tipo de mensajes. De hecho, formula el autor, "el rumor activa y confirma actitudes preexistentes más que crear otras nuevas" (G. Ballarín R., 1986: 176).

8) Una de las mayores aportaciones de Ricardo Gutiérrez Ballarín a nuestro objeto de estudio es su análisis sobre **el rumor y la jerarquía** en la organización. Introduce su estudio con las conclusiones que Festinger y sus colaboradores obtuvieron en sus investigaciones respecto a quién se dirige el rumor: este tipo de mensajes no se comunican sin fundamento a todos los amigos, sino sólo a aquellos para quienes la comunicación es importante en cualquier aspecto y que, en opinión de quienes lo propagan, pueden interesarse por él.

El Centro de Dinámica de Grupos de la Universidad de Michigan realizó otra investigación que consistía en implantar rumores para seguir la corriente natural de la comunicación. Los resultados mostraron que el rumor normalmente fluye hacia arriba (G. Ballarín, R., 1986: 186):

El estudio consistió en difundir 4 o 5 rumores en una oficina que contaba con 50 personas. Entre ellos, siete "colaboradores" de los investigadores anotaban cualquier rumor que escucharan y la persona que los transmitía. En total, se recogieron 19 "transmisiones de rumor", de las cuales:

-> 13 se dirigían hacia personas de niveles superiores al emisor.

-> 4 hacia personas del mismo nivel jerárquico.

-> 2 hacia personas de menor nivel jerárquico.

La principal conclusión derivada del estudio anterior parece confirmar la afirmación anterior: el emisor del rumor experimenta satisfacción en términos de "estatus" al transmitir éste, al ser el "primero" en comunicar una información valiosa a una persona de estatus superior.

Sin embargo, la jerarquía que parece respetar el proceso de transmisión del rumor no tiene porqué coincidir con la jerarquía "oficial" de esa organización. Para este asunto, Gutiérrez Ballarín recurre a la investigación realizada por Jacobson y Seashore en 1951 "Communications practices in complex organizations" -*Journal of Social Issues*, VII, 3, Spring 1951, pp 37- (G. Ballarín, R., 1986: 187):

Este estudio se desarrolló en una de las grandes oficinas del Gobierno de los Estados Unidos y sus mayores aportaciones fueron las siguientes:

-> Descubrieron determinados "sub-grupos" que no coincidían con la estructura formal de la organización, cuyos individuos mantenían entre sí contactos constantes mientras apenas se relacionaban con otros ajenos a ellos.

-> Descubrieron también determinados personajes de "enlace" en todos los planos de la organización, que mantenían contactos constantemente más allá de los límites de los subgrupos. Estos individuos no desempeñaban necesariamente una función oficial de coordinación, aunque la ejercían habiendo asumido este papel por sí mismos. Esta actividad ejercía gran influencia en el trabajo y ambiente de los sub-grupos con los que estaban en contacto.



Los individuos descritos arriba parecen experimentar una satisfacción que también Blau ha definido en estos términos en su obra publicada en 1954, en la Revista "Human Relations VII,3" , "Patterns of interaction among a group of officials in a Government Agency":

*"quién está situado en el centro de la comunicación se convierte a los ojos de su grupo en una persona de alto estatus"*

Esta afirmación la realiza a partir de un estudio que realizó en una oficina gubernamental estadounidense, cuya conclusión fundamental fue la constatación de que el número relativo de contactos que un funcionario recibía por parte de sus colegas constituía la expresión de la valoración de su rol en el grupo. Cuanto más se le acercaran mayor sentimiento de seguridad en las situaciones sociales obtenía. De esta forma también facilitaba su relación con los miembros de su propio grupo. Por último, se confirmó que ese funcionario obtenía mejores resultados en su trabajo al concentrar sus energías sobre los problemas de su trabajo.

9) Aunque ya hemos recalcado el interés de R. Gutiérrez Ballarín por el Modelo de Laswell para el estudio del rumor, queremos recordar en nuestra Tesis su convicción de que para el estudio de la **Técnica del Rumor** hay que basarse en dicho modelo.

Del estudio de Gutiérrez Ballarín sobre la "técnica del rumor" nos ha llamado la atención la relación de factores que intervienen en la comprensión de un mensaje verbal, señalados por José Angel Giménez Alvira en "El Grupo y su Dinámica" -I.C.E. Universidad de Zaragoza, 1981, pp.62- (G. Ballarín R.,1986: 191):

- Lo que se quiere decir.

- Lo que realmente se dice.

- Lo que se oye.
- Lo que se escucha.
- Lo que se entiende.
- Lo que se "lee entre líneas".
- Lo que se cree entender.
- Lo que se añade para entender mejor.
- Lo que se duda del mensaje.
- Lo que se cambia.

10) Por último, este investigador español aborda el aspecto central de su Tesis: el problema de la **eficacia**. También en este caso menciona la aportación de Laswell al factor eficacia de la comunicación.

Teniendo en cuenta que la eficacia del rumor es tratada en un contexto periodístico y sus aportaciones aportan escaso interés para nuestro objeto de estudio, sólo vamos a referirnos aquí a los factores necesarios para que un mensaje sea eficaz, propuestos por Katz y Lazarsfeld.

- a) La exposición a los diversos medios de comunicación.
- b) La naturaleza del canal que caracteriza a cada medio.
- c) El contenido de la comunicación y su forma.
- d) Predisposiciones y actitudes previas.

### **José M<sup>a</sup> Hermida LLoret**

El periodista, escritor y asesor en Comunicación José M<sup>a</sup> Hermida Lloret analiza el Rumor en un contexto delimitado por la "mentira", que es definida como "aquellas manifestaciones que introducen distorsiones en la descripción de la realidad" (Hermida Lloret, José M<sup>a</sup>., 1993:17).

Su estudio sobre la Estrategia de la Mentira - Manipulación y Engaño de la opinión pública- a través de los grandes escándalos financieros y sociales acaecidos en España en los años ´90 le llevan a afirmar del rumor (en la Bolsa) que "nadie tiene la menor sombra de duda acerca de que el rumor en la Bolsa es una mentira sacralizada, intocable (puesto que acaso pueda tratarse de algo cierto) y que se encuentra a salvo de cualquier consideración moral" (Hermida LLoret, José M<sup>a</sup>, 1993: 14).

Para Hermida, el lanzamiento de rumores, tanto en la vida social como en el entorno financiero, "nos inducen a la comisión de actos que, o bien se mantienen en el reino de las ideas (opiniones) o bien se traducen, lisa y llanamente, en pérdidas patrimoniales" (Hermida Lloret, José M<sup>a</sup>, 1993: 17).

En el Capítulo 2 de su obra *La Estrategia de la Mentira*, Hermida explicita la mecánica del rumor y la califica de "muy sofisticada (aunque pueda ser de origen intuitivo)...al requerir de grandes dosis de verosimilitud" (Hermida Lloret, José M<sup>a</sup>., 1993: 41). El autor compara este mecanismo con el que funciona con algunas

noticias falsas típicas que se publican los días 28 de diciembre, días de los Santos Inocentes, en la prensa española de cada año.

El mecanismo del Rumor se caracteriza por (Hermida Lloret, José M<sup>a</sup>., 1993: 41):

- \* Es tautológico, ya que la información que transmite sólo puede ser contrastada a través de esa misma información que suministra.
- \* Si la información es falsa, ésta deja de ser mentira en el mismo momento en el que un primer receptor cree en ella, puesto que los siguientes transmisores "aspiran a declarar la verdad".
- \* El Rumor contiene información negativa, al menos en algún aspecto.
- \* El Rumor contiene elementos verosímiles, como consecuencia del punto anterior.
- \* Su difusión tienen carácter exponencial al suponer que cada receptor lo comunicará, como mínimo, a otra persona más. Algún receptor lo interrumpirá.

La principal aportación de este autor al estudio del Rumor queda sintetizado en el siguiente esquema de funcionamiento del

mismo<sup>19</sup> (Hermida Lloret, José M<sup>a</sup>, 1993:46):

Estamos ante un caso claro de estrategia dominante del emisor: cuando el destinatario de la mentira concede más crédito a ésta que a la propia evidencia.

Si consideramos como el Emisor del rumor al/los difusor/es de éste, frente a la víctima (Miguel Bosé), el emisor cuenta con una "Estrategia Dominante" si el público se cree el rumor.

La víctima (Bosé), a pesar de no querer "jugar" se ve obligado a ello -porque su rival, el emisor del rumor, "tenía ventaja": si Bosé no replicaba, el rumor se difundía sin freno; si Bosé desmentía el rumor con contundencia, él mismo potenciaba el juego del contrario al poner en boca de todos el rumor que trataba de desmentir, lo que en realidad sucedió-.

Las "jugadas" posibles del emisor eran:

- a.1.- seguir emitiendo el rumor.
- a.2.- desistir.

Las de la víctima -Bosé-:

- b.1.- desmentir de forma fehaciente el rumor.
- b.2.- guardar silencio o desmentirlo de forma no fehaciente.

Considerando: E = emisión ininterrumpida del rumor.

---

<sup>19</sup> José M<sup>a</sup> Hermida propone este análisis para estudiar el caso de Rumor que afectó a Miguel Bosé en otoño de 1992: el rumor consistió en considerar que Bosé estaba agonizando en estado terminal en el Hospital Ramón y Cajal porque había contraído el SIDA. La realidad era que el actor estaba rodando una película en Normandía. La persona que emitió el rumor era una empleada del Ramón y Cajal que pretendió vender la exclusiva. Los públicos-objetivo de este rumor fueron, por un lado, los lectores de la prensa del corazón, y por otro, este sector de la prensa. En el primer programa dirigido por Mercedes Milá "Queremos saber" Bosé pretendió erradicarlo -como contrarumor- compareciendo ante las cámaras con aspecto saludable. No fue suficiente.

s = silencio del emisor.

D = Desmentido fehaciente de Bosé

d = desmentido no fehaciente o silencio.

Se propone el siguiente cuadro:

CUADRO 3					
EMISOR			BOSÉ		
EMISOR	BOSÉ	VALOR	EMISOR	BOSÉ	VALOR
E	D	3	E	D	2
s	d	1	s	d	4
s	D	2	s	D	1
E	d	4	E	d	3

El valor de cada una de las posibilidades muestra, de mayor a menor lo que más le interesa al emisor o a la víctima:

En la columna de la izquierda, que analiza las posibilidades del emisor, muestra que lo que más le interesa a éste (valor 4) es que el rumor siga y el rival no lo desmienta. Lo que menos le interesa (valor 1) es que el rumor se silencie y el rival lo desmienta de forma poco llamativa.

En la columna de la derecha, que muestra las posibilidades de la víctima, lo que más le interesa (valor 4) es que cese la difusión del rumor y que no se vea obligado a desmentirlo. Lo que menos le interesa es que cese el rumor al mismo tiempo que lo desmiente, ya que estaría difundándolo él mismo.

A partir del cuadro anterior, Hermida aporta la siguiente matriz (Hermida Lloret, José M<sup>a</sup>, 1993: 47):

		BOSE	
		D	d
EMISOR	E	<div> <div>2</div> <div>3</div> </div>	<div> <div>3</div> <div>4</div> </div>
	s	<div> <div>1</div> <div>2</div> </div>	<div> <div>4</div> <div>1</div> </div>

El valor 4 situado en la columna "d", fila "s" marca la alternativa que más beneficiaba a la víctima.

El problema en este caso de Miguel Bosé estribó en que el rumor había ya cobrado "vida", entre otras cosas porque Bosé cometió un grave error: se emitieron desmentidos a los medios de comunicación a través de intermediarios (Lucía Bosé). M. Bosé apareció ante M. Milá -estrategia correcta- pero el desgaste psicológico era ya de gran magnitud y eso se notaba.

De las cuatro combinaciones posibles, tres daban como perdedor a M. Bosé, mientras que la cuarta era impracticable. La víctima sólo pudo elegir entre "E + D" y "E + d", ambas desfavorables aunque con la primera de ellas conseguía el mayor daño posible para su detractor. Además, Bosé no pudo

desmentir de forma fehaciente el rumor porque la verdad -que estaba en el extranjero rodando una película- resultaba "increíble"<sup>20</sup>.

El contexto comunicativo que hacía a ese rumor "creíble" y a la pura realidad "increíble" estaba dominado por noticias en el mundo artístico del tipo:

- "Muerte de Freddy Mercury víctima de SIDA".
- "Magic Johnson portador".

Miguel Bosé además, había cultivado una personalidad sexual algo equívoca, a lo que se unió que usaba gafas de sol y había perdido pelo.

Otro caso de interés para Hermida fue el de Amparo Muñoz (Hermida Lloret, José M<sup>a</sup>, 1993: 50). En esta ocasión la propia afectada por el rumor fue también su difusora -se pasó por enferma de SIDA para cobrar el importe de una exclusiva-. El rumor resultaba verosímil por su vinculación a las drogas en el pasado.

En el gráfico siguiente, Hermida aporta tres conceptos de interés para esta Tesis: los Mecanismos convertidores (MC) que transforman los puntos de información veraces (V) en verosímiles (v) (Hermida Lloret, José M<sup>a</sup>, 1993: 52).

---

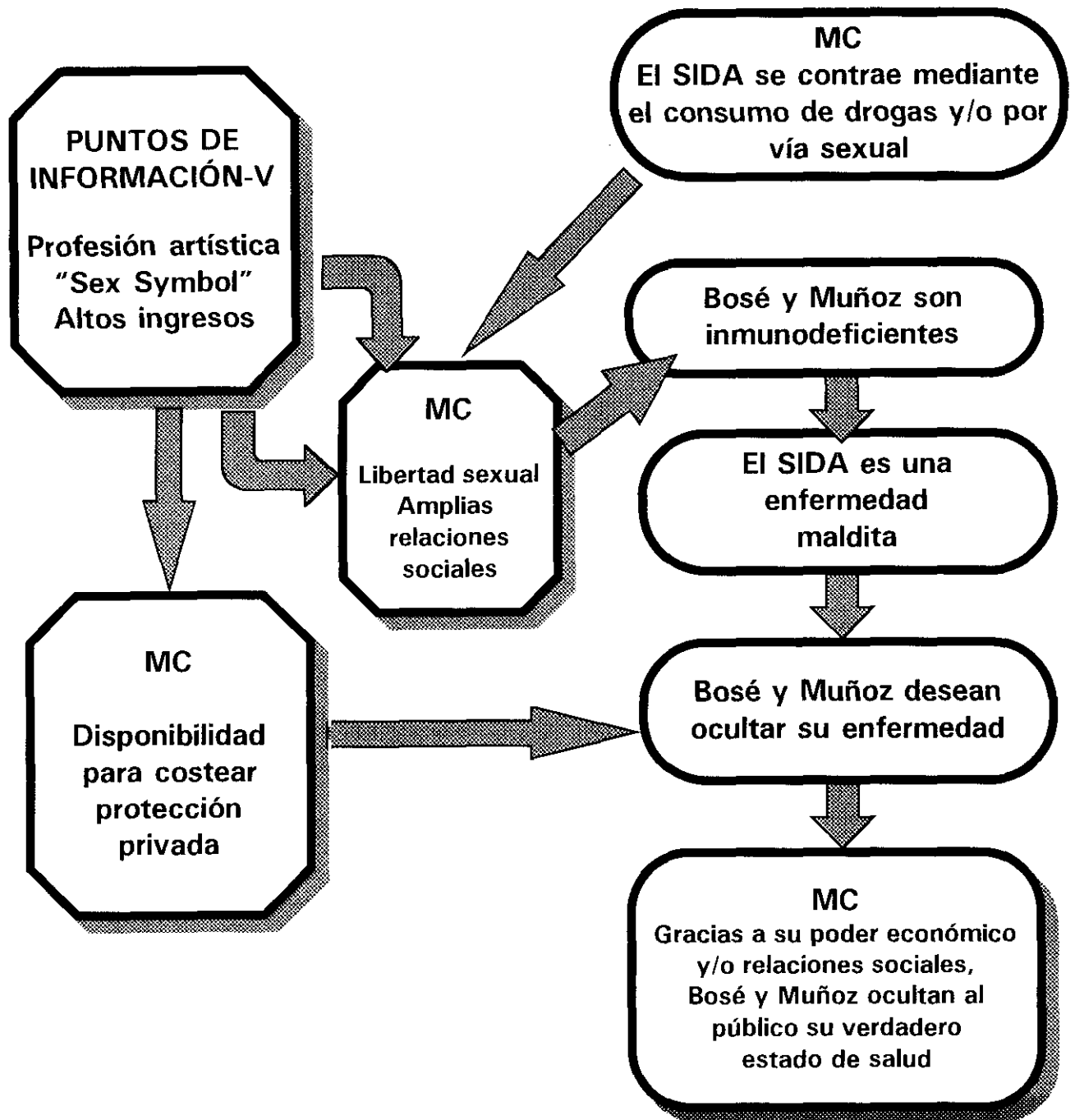
<sup>20</sup> En este punto, Hermida alude al "Síndrome de Santo Tomás" al referirse al espectador: "meter el dedo en la llaga, pero no para hacerse con la verdad pura y dura, sino para constatar el dolor del prójimo, realidad última sin la cual no acabamos de darnos por satisfechos".



Estos mecanismos forman parte del conjunto de creencias asumidas de forma global por la cultura dominante y actúan como *apoyaturas lógicas para la interpretación de hechos inconexos*. También integran los acontecimientos dentro de una secuencia narrativa en la que no se dejan vacíos. En el cuadro se muestra que estos mecanismos convertidores sólo actúan en una fase intermedia del rumor.

El resto de los acontecimientos, son percibidos por este autor como "deducciones lógicas", por tanto "no inventadas" y "veraces". A medida que se desarrollan los distintos episodios ficticios, el conjunto de todos ellos acaban conformando una sólida estructura narrativa, que resulta incontestable. Las elaboraciones posteriores forman parte del ámbito de cada sujeto receptor de la falsa comunicación.

Como resultado de ellos, Hermida afirma que los visos de credibilidad del rumor funcionan a partir de la capacidad por compartir códigos no verbalizados pero implícitos en el contexto de la comunicación.



Ante esta sucesión de ideas, el receptor no tendrá más remedio que creer en ella "so pena de traicionar las creencias compartidas por

la cultura a la que pertenecen", afirma el autor (Hermida Lloret, José M<sup>a</sup>, 1993: 53). En conclusión, si Miguel Bosé y Amparo Muñoz no fuesen víctimas del SIDA, los espectadores se sentirían defraudados.

Otra contribución de Hermida al estudio del rumor es la propuesta que realiza en materia de neutralización del mismo (Hermida Lloret, José M<sup>a</sup>, 1993:55-56). En primer lugar se deben determinar las audiencias previsiblemente afectadas que hayan podido escucharlo. A continuación, se deben emitir los desmentidos a través de los medios que llegan a esas audiencias, y **no en medios próximos ideológicamente a la víctima -que seguramente no hayan ni siquiera emitido el rumor-, puesto que se estaría propiciando desde la propia víctima la divulgación a otros públicos de un rumor que ni siquiera hubiera llegado ellos.** Lo mismo ocurre si el afectado busca el medio de mayor difusión.

## II.3.- EN LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

---

### II.3.1.- La "historia" de la historia

Antes de iniciar el recorrido por los estudios que los teóricos del rumor y de la historia de la comunicación han realizado respecto a esta forma de comunicación en la historia, queremos traer a este capítulo **el mejor ejemplo que la historia de la antigüedad nos ha brindado**, según nos apunta **Daniel Prades Cutillas**, historiador y jurista que actualmente imparte sus enseñanzas en el centro universitario ICADE de Madrid: **la Batalla de Kades y la paz "perpetua"**, que analiza el historiador **C.W. Ceram** en su obra *El Misterio de los Hititas* (1957).

*"Los reyes hititas reinaron sobre un pueblo que en el 2º milenio antes de nuestra era llegó a ser la 3ª gran potencia del Oriente medio, al lado de Egipto y de los imperios babilónico y asirio" (Ceram: 1973, 10).*

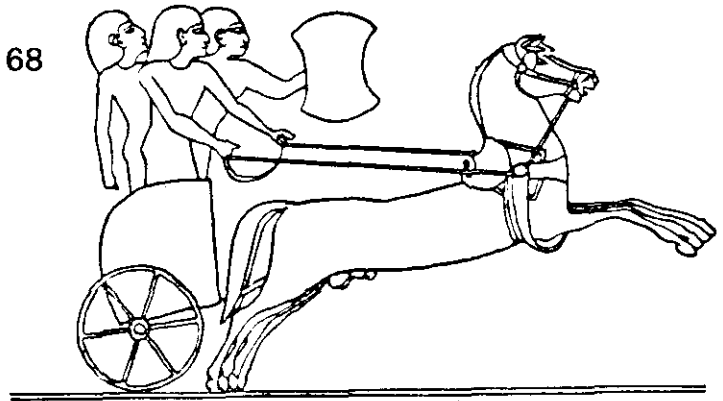
*Esta cultura, que se extendió por la costa del Mar Egeo a través de toda Anatolia hasta el corazón de Siria, fue descubierta por el explorador francés Charles Marie Felix Terrier a principios del primer tercio del siglo pasado: en Turquía, cerca de la pequeña aldea de Bogazköy encontró ruinas de una ciudad tan grande como Atenas en su época de esplendor. En 1872 William Wright, misionero irlandés, ayudado por el Gobernador de Siria Subhi Bajá, quiso estudiar las 4 piedras de Hamath y las trasladó a Constantinopla, donde descubrió que no tenían relación con las ruinas anatólicas.*

*Pronto se descubrió un enorme cerro de ruinas "El Jerablus" y los símbolos y escritura encontrados coincidían con los jeroglíficos descubiertos en Siria y los de Texier. Al fin, en 1879, el arqueólogo inglés Archibald Henry Sayce relaciona todos estos descubrimientos con los hititas, pueblo que cita la Biblia.*

*Pocos años después, en 1906, el arqueólogo inglés Hugo Winckler defendió la tesis de que esa ciudad descubierta por Terrier era la capital del Imperio Hitita o de Hattii: Hattusa.*

***En este contexto histórico C. W. Ceram reconstruye a través de los textos que se conservan de la antigüedad "la Batalla de Kades", que aquí consideramos como el primer ejemplo documentado de Campaña de Propaganda, en la que el rumor fue utilizado como instrumento para conseguir importantes fines políticos.***

*"Cuando a mediados del II milenio antes de J.C., iniciaron sus correrías los hurritas, kasitas y los hicsos salvajes, los hititas asimilaron todos cuantos conocimientos pudieron adquirir en materia de caballos y carros (carro ligero de combate tirado por un caballo, con dos ruedas de seis rayos, que transportaba a tres hombres, un conductor y dos guerreros). En la Batalla de Kades, la más importante de la antigüedad, es la primera vez que ambos adversarios alinearon carros de combate" (Ceram, 1973: 148- 151).*



Guerreros hititas montados (según un relieve egipcio de la época de la XIX dinastía).

*C.W. Ceram, "El Misterio de los Hititas: capítulo "La batalla de Kades y la paz perpetua" Pg. 179.*

*Después de una serie de triunfos militares, el rey hitita Shubiluliuma adoptó las formas de ostentación propias de los orientales para hacer realzar su grandeza a los ojos de todos: mientras sus predecesores se habían contentado con el título de rey, el se hizo llamar "Labarna, el gran rey del país de Hatti, el héroe, el favorito del rey de las tormentas"; y cuando se nombraba en los tratados, se daba a sí mismo el epíteto de "Yo, el Sol". Su sucesor, Mursil II dejó a Muwatallis (1306-1282 a.J.C.) un imperio que éste último se limitó a conservar "luchando". La batalla de Kades estuvo precedida de prolongados conflictos entre Egipto y Hattii por los territorios de Siria y Palestina.*

*Mientras, en Egipto, subió al trono Ramses II, que quiso revisar el trazado de la frontera siria -coincidente con la frontera entre Egipto y el país de Hatti-, motivo que desencadenó la Batalla de Kades (o Kadesh).*

*Ceram considera a esta batalla "de interés mundial" porque se decidía el futuro de Siria y Palestina y el equilibrio entre Hatti y Egipto. Hay que tener en cuenta que por entonces, la historia de la humanidad se escribía entre el Tigris y el Nilo.*

*Ceram sitúa esta batalla en el 1.296 a.J.C. (el Atlas Histórico Mundial la sitúa en el año 1299 y dá la victoria a Ramses II), y afirma que es la primera batalla de la historia que se ha podido reconstruir en todos sus detalles, y que tuvo un corolario de excepción: la conclusión del primer tratado de paz que nos ha legado la Antigüedad - "un pacto que en materia de clarividencia y de sabiduría política está muy por encima de muchos de los que se han concertado ahora en el siglo XX". (Ceram, 1973: 161).*

*En el quinto año del reinado de Ramsés II, Palestina fue invadida por los Hititas, lo que provocó que éste y Muwatallis se enfrentaran en las proximidades del Río Orontes.*

*La relación egipcia sobre la batalla de Kades ha sido definida como "la historia alrededor de una historia". La causa de ello ha sido la tendencia de Ramses de fomentar el culto a su personalidad y de dejar testimonios -estelas del templo de Abu Simbel, poema conservado en las inscripciones de tres templos y en un papiro, etc...- ensalzando su "formidable" victoria de Kades.*

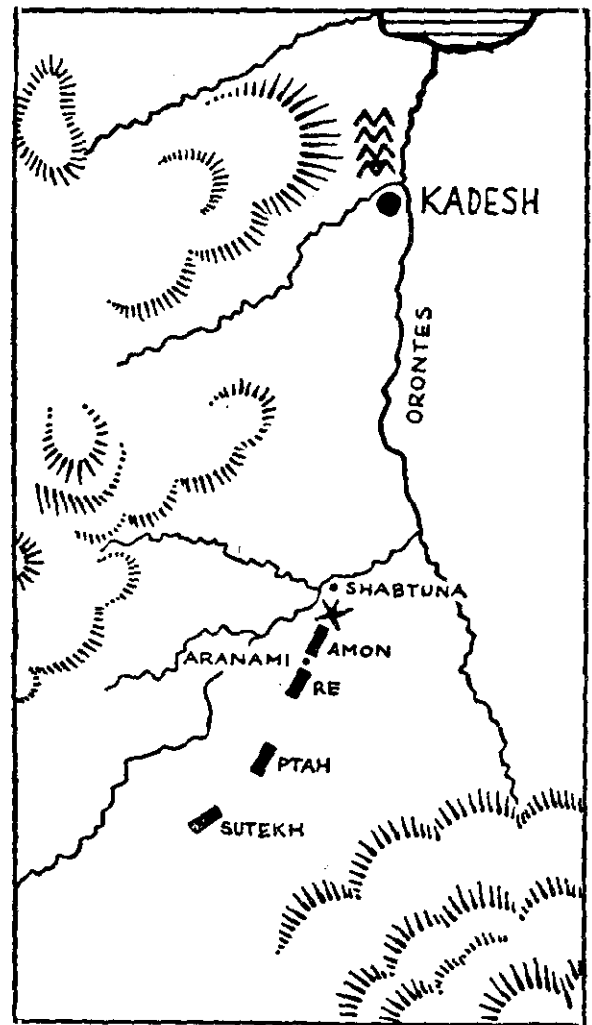
***C. W. Ceram es rotundo en las págs. 163 y 164 de su obra: "hoy podemos afirmar, con conocimiento de causa, que las crónicas inspiradas por Ramses no son más que unas escandalosas falsificaciones de la Historia y constituyen el primer ejemplo del género que haya llegado hasta nosotros"... "sin necesidad de haber seguido las huellas ni sufrido la influencia de ningún "ministro de propaganda", Ramsés pasó de golpe a maestro en el arte de la superchería, con el éxito que todos sabemos, puesto que su versión de la batalla de Kades ha sido considerada como auténtica durante más de 3.000 años".***




*En Kades se enfrentaron dos de los ejércitos más numerosos de la Antigüedad: Muwatallis estaba el frente de 20.000 hombres, al igual que Ramsés (el autor del poema de Ramsés no intentó disimular la realidad del gran enemigo al que se enfrentaba. Al contrario, el propagandista se complace en exagerar desmesuradamente los efectivos del contrario para que la victoria egipcia aparezca más brillante). El ejército egipcio, dividido en cuatro cuerpos a los que dieron nombres de dioses -Amon, Ra, Ptah y Suteh- se acercaba a finales de Mayo a Kades, mientras los hititas acampaban invisibles al norte de la fortaleza de este lugar.*

*"Los hititas despacharon al campamento del faraón a dos*



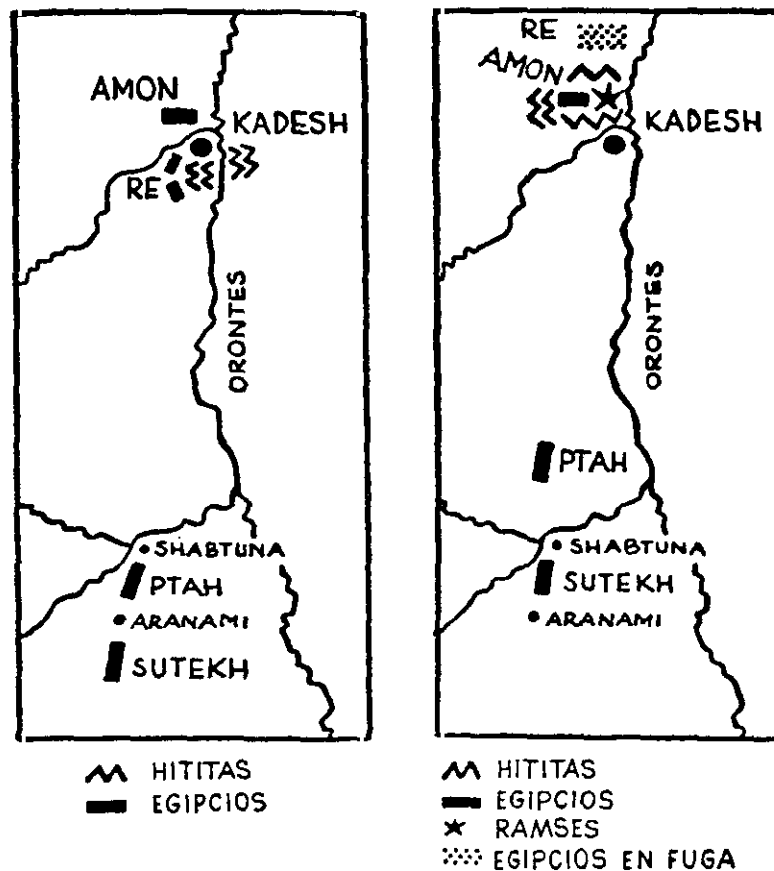
*beduínos, los cuales, haciéndose pasar por tráfugas, denigraron al ejército hitita y a sus generales, pretendiendo incluso que, deslumbrado el soberano hitita por el poderío y la gloria de Ramsés, hijo de Dios, de puro miedo había puesto tierra por medio replegándose hasta el Norte, en la región de Alepo"... "mal informado por sus propios espías y demasiado pagado de su persona para admitir que podía equivocarse, Ramsés creyó de ligero a los "desertores", cayendo así en la celada que le tendiera el hitita" ... "Ramsés dividió su ejército y se puso al frente de la vanguardia"... "Muwatallis avanzó efectuando un movimiento envolvente por el este de la ciudad y dirigiéndose al sur"... "Capturó Ramsés a dos espías hititas que les contaron su situación"... pero "los carros de combate rapidísimos hititas se lanzaron vertiginosamente sobre la división egipcia"... "Los generales de Muwatallis dislocaron y aniquilaron completamente la formación egipcia, cuyos restos huyeron a la desbandada"... "después de este descalabro, ya no puede darse el menor crédito a los relatos de victoria de los egipcios" (Ceram, 1973: 165-166-167-168-169).*



 HITITAS  
  EGIPCIOs  
  RAMSES

Mapa de los alrededores de Kades. Posición de las tropas durante la noche y por la mañana antes de la gran batalla.

C.W.Ceram, "El Misterio de los Hititas: capítulo: "El enigma del poder". Pág. 164.

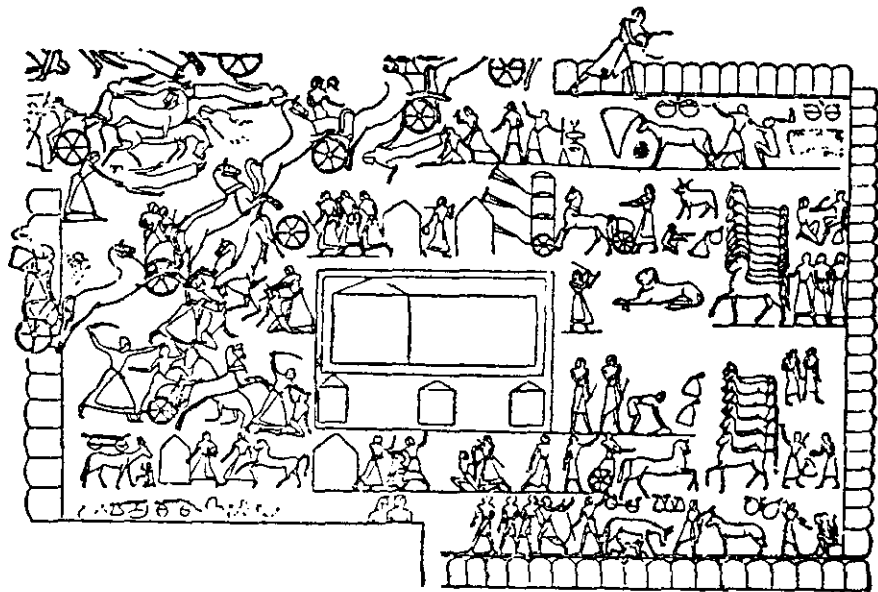


A la izquierda: La batalla de Kades. Al amparo de las murallas de la ciudad, los hititas cruzan por dos veces el río y atacan. La división egipcia Ra es destruida. A la derecha: La división egipcia Ra huyendo a la desbandada. La división «Amon», con el propio Ramsés al frente, se mantiene firme y es rodeada por los hititas.

C.W.Ceram, "El Misterio de los Hititas: capítulo: "El enigma del poder". Pág. 172.

A pesar de que el ejército de Ramsés regresó terriblemente diezmado y sin el menos éxito en su haber, el

mencionado poeta egipcio escribe en su relato sobre la batalla: en un mensaje enviado por Muwatallis a Ramsés "el país de Egipto y el de Hatti yacen a tus pies" -cuando la capital de Hatti estaba a más de 600 Kms-; "en vista del parecer de sus generales, Ramsés ordenó "prestar oídos" a las palabras de súplica del soberano hitita, y le tendió la mano en signo de paz "durante su marcha" hacia el sur"; "Ramsés el Grande firmó un tratado de paz con el rey hitita Muwatallis"... (Ceram, 1973: 178).



Caballos despanzurrados, hombres heridos y muertos. Los hititas montados en sus carros de combate irrumpen en el campamento del gran Ramsés. (Representación egipcia de la batalla de Kades.)

C.W.Ceram, "El Misterio de los Hititas: capítulo "La Batalla de Kades y la Paz perpetua". Pág. 183.

El hermano de Muwatallis que sucedió al sobrino de

éste, Hattusil III, fue un verdadero hombre de estado que ha dejado el primer ejemplo de un gran acuerdo político en la historia de la humanidad: el firmado con Ramsés en su vigésimo año de reinado, entre 1280 y 1269 antes de J.C., que produjo un periodo de paz de 70 años en el próximo Oriente.

Para terminar con este magnífico ejemplo de la Historia para nuestro tema central de la Tesis, cabe citar cómo acabó esta "historia": "incluso, Ramsés II se casó con una hija de Hattusil"... "la entrada de la princesa en Egipto fue inmortalizada por una estela hallada cerca de Abu Simbel"(Ceram, 1973: 184-185). A continuación se reproducen algunos párrafos de este bello poema:

"Introdujeron ante Su Majestad  
a la hija del gran príncipe de Hatti  
que venía a Egipto,  
con innumerables regalos.  
Entonces vió Su Majestad  
cuan bella era su faz,  
bella como la de una diosa.  
Era un acontecimiento fantástico,  
una maravilla espléndida que en nada se parecía  
**a lo que la gente hasta entonces  
se había transmitido de boca en boca.**  
En los escritos de nuestros antepasados  
no se encuentra nada igual".  
(Ceram, 1973: 186)

"El imperio hitita desapareció hacia el año 1.200 a.J.C. por la invasión de los "hombres del mar""(Ceram, 1973: 199).

### **II.3.2.- Principales aportaciones de los estudiosos del Rumor y de diferentes teóricos de la Historia de la Comunicación**

A continuación incluimos otras aportaciones que los estudiosos del Rumor han realizado respecto a este proceso de comunicación a lo largo de la historia, así como las que los diferentes teóricos de la Historia de la Comunicación han proporcionado.

\* **Allport y Postman** mencionan en su obra "Psicología del Rumor" de 1967, -en las páginas 175-179-, que los emperadores de la antigua Roma reconocían a la figura del "delator" como aquel cuya función era mezclarse con el pueblo y llevar a Palacio los "chismes" del día, considerados excelentes "barómetros" de los sentimientos populares. Además, el proceso era recíproco: en determinadas situaciones, se veían en la necesidad de lanzar una contraofensiva de rumores para orientar la opinión del pueblo. (un ejemplo a confirmar es que dicen que un rumor mandó a Sócrates a la muerte, acusado de que pervertía a los jóvenes de Atenas).

Durante la Edad Media, las guerras religiosas y Cruzadas se sostenían por los relatos exagerados de milagros, fechorías y pillajes. También los exploradores se lanzaron al mundo en busca de posibles riquezas envueltas en leyendas...

No cabe duda que el rumor, al ser una forma de comunicación fundamentalmente oral y que se transmite de boca en boca, debió ocupar un lugar predominante en épocas en las que los documentos escritos no existían o escaseaban -y estaban en poder de unos pocos.

\* El estudioso francés sobre comunicación, **Kapferer**, declara en 1989 que el rumor es el medio de comunicación más antiguo del mundo, puesto que era el vehículo de transmisión de las noticias en una época sin escritura, en la que las antiguas sociedades humanas sólo disponían de la comunicación de boca en boca como único canal de comunicación (Kapferer, J-N, 1989: 11). Y este tipo de comunicación no podía ser en su totalidad considerada como rumor: se excluía la que significaba circulación oficial. Este investigador, al avanzar en la historia de la humanidad, reconoce que con la prensa, la radio y después con los medios audiovisuales, el público sigue obteniendo parte de su información de la comunicación de boca en boca.

\* **Allport y Postman** afirmaban además que puede considerarse a la **leyenda** como un "rumor cristalizado". Ambos conceptos además comparten un alto significado "expresivo" y "valorativo". Incluso citan una frase de La Pierre y Farnsworth (1936) que se considera apasionada pero, posiblemente, cierta en muchos casos en los que se reuna un interés y un sentido universal: "una ley es un rumor que ha pasado a formar parte de la herencia verbal de un pueblo" (p 179).

Pero la investigación que más nos puede enriquecer esta Tesis desde la **Historia de la Comunicación Social** ha sido la realizada sobre la **Propaganda**.

\* **Alejandro Pizarroso Quintero**, historiador y especialista en Historia del Periodismo realiza en su obra (Pizarroso Quintero, A., 1990: 25-125) un **estudio diacrónico de la propaganda** en la "arena" política y de guerra.

La primera reflexión teórica sobre la propaganda la realizó **Harold D. Lasswell** con su obra publicada en 1927 "Propaganda Technique in the World War".

Entre las diferentes formas de manifestación de la propaganda, que es definida por Pizarroso como "el proceso comunicativo que disemina, difunde y da a conocer ideas", encontramos:

- **la palabra hablada.**
- medios escritos en general, y particularmente la prensa.
- la imagen (símbolos, pintura, escultura, arquitectura,...).
- la acción.

Pero sus formas no se agotan en éstas: Pizarroso trae a colación las siguientes palabras de Domenach:

"La propaganda es polimórfica y usa recursos casi infinitos"

Al considerar a la propaganda como **proceso de persuasión** ("que al pretender promover una dependencia interactiva entre emisor y receptor, mediante la formación, reforzamiento o modificación de la respuesta del receptor, su finalidad es la influencia") que sólo



existe en un medio social complejo inherente a una organización estatal, Pizarroso recuerda al inicio de su obra las dos formas persuasivas fundamentales:

a) **La persuasión lógica**, cuyas reglas están definidas en "La Retórica" de Aristóteles. Este investigador recuerda la importancia en la retórica aristotélica del "entimema" o pseudo-silogismo en el que se sobreentiende una de las premisas, que se da por evidente, y es precisamente aquella que tienen en común el persuasor y el persuadido.

A continuación se reproducen unas palabras del autor que consideramos de gran coincidencia con el mecanismo del rumor (pp.27):

"El persuasor -o el propagandista- sólo puede partir de establecer una complicidad con aquel o aquellos cuya respuesta pretende modificar: tiene que ser "uno más" del grupo al que se dirige, o un "igual", aunque muchas veces se sitúe en un escalón superior, pues el prestigio y la autoridad de la fuente en la propaganda es un factor de intensificación de ésta"

b) **La persuasión psicológica**, puesto que el mensaje debe aproximarse a los sentimientos y emociones de los receptores.

El término "propaganda"<sup>21</sup>, al igual que en muchos momentos con el término "Rumor", adquirió una carga peyorativa a partir de la primera Guerra Mundial, que le ha

---

21.-El origen de la palabra "propaganda" fue claramente Papista ya que proviene de la "Sacra Congregatio Christiano Nomini Propaganda", constituida por la bula "Inscrutabili Divine", de 1622, por el Papa Gregorio XV, aunque ya existía con el Papa Gregorio XIII (1572) para combatir la Reforma. La función de esta Congregación acabó siendo la expansión del Catolicismo en tierras de misión. De ahí proviene el gran rechazo que provocó este término entre los protestantes.

hecho arrastrar desde entonces la consideración de mensaje carante de honradez. Se evita desde aquel momento el uso del término, pero en absoluto se ha cesado de aplicarlo en el mundo de la política y el Estado.

Precisamente es en la historia de la propaganda donde encontramos mayor utilidad por la coincidencia de determinadas características con las del rumor. Los primeros medios que utiliza la propaganda son directos y la palabra hablada es uno de ellos, tanto se dirija la comunicación a un individuo como a la colectividad.

Una técnica que podría ayudarnos a entender el mecanismo del rumor es la de la "Organización celular", iniciada en la antigüedad para el desarrollo de ciertos cultos y mitos: el culto a "Mitra" por los romanos es un buen ejemplo que fue imitado por los cristianos. Consiste en la práctica de la propaganda en pequeños grupos a través de formas de persuasión individualizadas que resultan de enorme eficacia -la organización leninista es otro ejemplo más cercano-.

Para comunicarse con una multitud directamente mediante la palabra hablada, los antiguos recurrieron a la retórica y en la Edad Media se extendió como forma predominante de la propaganda la predicación. Actualmente ha sido la radio la que ha dado a la palabra hablada la máxima difusión posible.

Pizarroso Quintero, además de analizar con detenimiento los procesos propagandísticos en la historia, aporta un interesante estudio sobre la **contrapropaganda**, que según el

autor es generado inevitablemente por todo fenómeno propagandístico.

Este investigador recuerda en la pg. 35 de su obra las cinco reglas o técnicas propagandísticas fundamentales que distingue Jean- Marie Domenach:

1) **Mecanismos de simplificación:** el mensaje debe ser breve y claro y debe concentrarse contra un enemigo común.

2) **Desfiguración o engrandecimiento:** destacando lo que tenga mayor interés.

3) **La Orquestación: repetición orquestada "increscendo":** el mensaje debe ser esencialmente el mismo pero debe adaptarse a sus audiencias.

4) **La transfusión:** tiene que haber un punto de contacto entre el propagandista y su audiencia.

5) **El contagio o unanimidad:** una vez que el mensaje llega a la audiencia se pone en marcha este mecanismo, puesto que se considera que todo grupo social tiende al conformismo.

Respecto a la **Contrapropaganda**, Pizarroso aconseja al propagandista tenerla en cuenta:

- Debe conocerla para neutralizar sus efectos no

precisamente mediante un ataque frontal, sino atacando cada elemento desglosado del mensaje propagandístico, e incidiendo especialmente en los más débiles.

- Debe descalificar a la fuente de la contrapropaganda ya que anula los efectos persuasivos de su mensaje.

Tanto las técnicas de la propaganda como las de la corrección de la contrapropaganda que cita Pizarroso, tienen mucho en común con las que los investigadores de la psicología social norteamericana han empleado con el rumor.

Citamos a continuación algunos de los datos históricos que analiza Pizarroso en su obra, que demuestran la presencia de rumores en la comunicación humana desde la antigüedad:

\* En la **civilización griega**, caracterizada por la originaria democracia que permitía la libertad de expresión, la sátira ateniense es un claro ejemplo de difusión de mensajes "interesantes y ambiguos" que contaban con la aceptación tanto de la clase política como del pueblo, y que perseguían un predeterminado fin.

En palabras que Pizarroso cita de Luis Gil "la teoría oficial ateniense siempre fue que la "parrhesia" cómica era necesaria para descubrir los vicios públicos y advertir a la ciudad sobre los males que de ellos pudieran derivarse".

Además de esta sátira, los atenienses han sido

protagonistas en la historia por su **Oratoria**. Su función propagandística era evidente, por servir a objetivos democráticos: Pericles se hizo tan poderoso entre otras cosas, por su elocuencia.

**Pero la mayor aportación de la sociedad griega fue su elaborada teoría de la persuasión, en la que la "Retórica" de Aristóteles ocupa el lugar más importante.**

Pizarroso también recuerda la actividad de los sofistas griegos, que desarrollaron técnicas de convicción independientes de los contenidos de los mensajes, clara muestra de la importancia que dieron a la forma de presentar los diferentes argumentos para la consecución de unos determinados fines e intereses.

**\* Del Imperio Romano** Pizarroso recuerda la afirmación de Oliver Thomson respecto a Esparta y la Roma republicana: "tienen mucho en común en cuanto a los mecanismos de propaganda como factor de cohesión interna".

Entre los gobernantes del Imperio Romano es Cayo Julio Cesar (100-44 a.J.C.) el que protagoniza nuestras páginas dedicadas a este tipo de comunicación persuasiva: junto a la palabra escrita (con sus obras "Guerra de las Galias" y "Guerra Civil"), las monedas y la "propaganda de los hechos", utilizó **la oratoria** para sus campañas militares y civiles. En sus palabras se

encontraba la emotividad justa y sobriedad necesarias para cada ocasión, así como la **facilidad para encontrar el lema más acertado: "lacta alea est" o "veni, vidi, vici" formaron parte del acervo popular romano.**

**\* En la época medieval, la Iglesia será la principal propagandista, bien a través de la palabra hablada, bien a través de la imagen y los símbolos.**

Los sermones y la predicación como instrumentos de la propaganda eclesial se extienden a partir del siglo XI con las órdenes religiosas que se vuelcan hacia el exterior. El ámbito de los sermones afectaba tanto a la vida religiosa de los fieles y a sus propias vivencias cotidianas, como a las cuestiones políticas del momento. Ejemplo de ello fue el que nos dejó valenciano Vicente Ferrer en 1412.

Con la Inquisición, la utilización del secreto y la incertidumbre adquiere su máxima expresión. Ambas características parecen crear un caldo de cultivo característico para la propagación de los rumores.

La literatura popular vernácula también es empleada por la Iglesia con especial eficacia: los "milagros", la poesía de transmisión oral, los "misterios", etc...

Además de la Iglesia los **Juglares** contribuyen con sus

gestas en la Alta Edad Media a la transmisión de la historia oral de los pueblos.

\* La **Edad Moderna** para el estudio del rumor se inicia con la **propaganda napoleónica**. En la pg. 122 de su libro, Pizarroso reconoce que "el rumor, convenientemente elaborado y difundido a través del todopoderoso Ministerio del Interior, fue otro eficaz instrumento de la propaganda napoleónica".

Napoleón instauró un sistema jerárquico de la información que se iniciaba con el rumor: el Emperador dispuso en 1810 que el Ministerio del Interior dirigiera semanalmente una circular a todos los prefectos para que los funcionarios locales **difundiesen verbalmente determinadas noticias** que, por determinadas razones, no era conveniente que se imprimieran.

**Raymond Williams, editor de la Historia de la Comunicación** publicada en 1992 por Bosh Casa Editorial, compila en diferentes capítulos los principales hechos que en materia de comunicación han tenido lugar en el mundo occidental, desde la invención de la imprenta hasta nuestros días.

En el primer capítulo de esta obra, el francés **Henri-Jean Martin perteneciente a la "Ecole des Hautes Etudes" de París**, nos recuerda que las invasiones bárbaras que se iniciaron en el siglo V d.J.C. en occidente paralizaron el comercio en el oeste de Europa y **trajeron una vuelta a la cultura oral** en lugar de la cultura literaria del mundo romano. Esta "cultura oral" se mantuvo hasta los siglos X

y XI, en los que la escritura renació, fijando fluídas tradiciones orales mientras las adaptaban a las vernáculos (Williams, 1992: pág. 13).

Si avanzamos un poco más en la historia y llegamos al **siglo XIII**, se produjo la necesidad de equilibrar estas dos formas de comunicación: **mientras Europa proporcionaba a su élite un mayor acceso al mundo de la escritura, se creó la necesidad de utilizar un lenguaje más claro, más universal y más apropiado para la elaboración de argumentos.** Es entonces cuando los humanistas recurren a los modelos de la antigüedad clásica y, en especial, de la mano del latín de Cicerón.

Martín, en la página 16 de este capítulo llega a afirmar: **"durante mucho tiempo la escritura se mantuvo en un segundo plano respecto de la palabra hablada".**

En el segundo capítulo de esta Historia de la Comunicación editada por Williams, Ithiel de Sola Pool, del **"Massachusetts Institute of Technology -MIT-**", afirma: **"cinco siglos después del nacimiento de la imprenta...una nueva tecnología logró hacer con la voz, esa forma tan primitiva de comunicación humana, lo que antes sólo podía hacerse con la impresión: almacenarla, repetirla y transmitirla a grandes distancias"** (Williams, 1992: pág. 83).

Se está refiriendo a tres grandes inventos concebidos como mejoras en el sistema telegráfico: el teléfono, la radio y la grabadora: **"hasta la década de 1830, cualquier mensaje enviado a un punto distante requería un mensajero que lo llevara. Con la invención del telégrafo, el mundo se redujo inmediatamente...El intervalo de tiempo entre un acontecimiento y la difusión de la noticia a muchos lugares del mundo, disminuyó extraordinariamente...En los últimos sesenta**



años, el cine y la televisión pueden haber cambiado tanto la forma de vida de los individuos ejerciendo una enorme influencia en la vida privada y doméstica: extraña mezcla de lo mundano y lo exótico, lo real y lo ilusorio, lo sórdido y lo hermoso" (Williams, 1992: pág. 158).

**Estos nuevos medios de comunicación tuvieron tanta importancia social que provocaron fuertes cambios de hábitos en la vida laboral, social y familiar, con el consiguiente cambio urbano. En concreto, la radio, se convirtió en el medio ideal para llevar noticias y diversión al hogar. Yo añadiría "y rumores".**

Tal y como hemos analizado en anteriores apartados, la radio ha sido utilizada especialmente en las formas políticas totalitarias como arma propagandística. Ithiel de Sola Pool escribe "la radio tenía la mística de la última tecnología"..." en la teoría de la propaganda nazi se pensaba **que el liderazgo personal y la palabra hablada eran mucho más efectivos para alcanzar a las masas** que los frios opúsculos escritos" (Williams, 1992: pág. 109).

Este valor que se le concede a la radio es natural si se tiene en cuenta que desde tiempos de Sócrates la humanidad tenía asumido que los medios de información traían cambio y corrupción, según afirma Ithiel de Sola Pool.

Desde su invención la radio no sólo ha proporcionado entretenimiento, sino que ha difundido la cultura juvenil y el "Star System", ha sido instrumento de campañas políticas, empresariales e institucionales, y ha reducido los dialectos al estandarizar las lenguas nacionales.

**Respecto al futuro de los medios de comunicación Ederyn**

**Williams**, autor del capítulo 5 de la compilación de R.Williams, aporta la siguiente afirmación, que consideramos de especial interés para esta Tesis: **"la comunicación cara a cara es el medio que la mayoría de nosotros aprende a utilizar desde la niñez...y la habilidad para cambiar hábitos de comunicación es muy limitada, porque están profundamente arraigados...** Las diferencias entre la comunicación cara a cara y la comunicación mediatizada por la tecnología se han estudiado en experimentos psicológicos (los sistemas estudiados fueron el vídeo, el teléfono y las máquinas de escribir...)..."Las presentaciones, las impresiones obtenidas de la otra persona, la negociación y la persuasión cambian radicalmente. Estos efectos se deben a la **alteración de los canales normales de comunicación no verbal y a la distancia psicológica en la telecomunicación"** (Williams, 1992: pág. 235).

E. Williams realiza en este capítulo una interesante aportación en cuanto a las relaciones sociales provocados en la vida social por lo que denomina "telecomunidad". Emplea para ello dos términos alemanes, "gemeinschaft" y "gesellschaft", palabras que designan las relaciones comunitarias, en el primer caso, y las relaciones sociales, en el segundo. La distinción entre ellos radica en que las relaciones comunitarias, que incluyen las relaciones familiares, se caracterizan por la cohesión, la profundidad, la continuidad, la plenitud emocional y la tendencia a ser agradables por derecho propio. En cambio, las relaciones sociales tienden a ser impersonales, temporales, funcionales y son utilizadas como medio para alcanzar un determinado fin.

Este autor sitúa en el segundo contexto descrito a la respuesta que los individuos tienen respecto de la telecomunicación. Para él este tipo de comunicación es impersonal, mecánica, inhumana, destructora de las relaciones humanas y conlleva a una superficial vida social. Frente a ella, E. Williams afirma: "...las sociedades más tradicionales, sin máquinas modernas, parecen gozar de una vida comunitaria más intensa" (Williams, 1992: pág. 239).

A continuación encontramos en este capítulo un argumento más equilibrado: "pero el que las nuevas tecnologías enriquezcan o empobrezcan las relaciones sociales y comunitarias depende tanto de los usos sociales que se les den como de sus propias características...algunos han visto un beneficio para la vida familiar (periodistas y escritores...) que trabajan en casa. Con los sistemas de telecomunicaciones más baratos más gente podrá trabajar en casa y nacerá una nueva forma de *industria casera*...También las telecomunicaciones han facilitado la centralización del control, dejando poca libertad de acción o poder a los directores de sucursales. En siglos pasados, la comunicación era tan escasa que había que descentralizar el poder. Las Telecomunicaciones han cambiado eso...han hecho posible que un hombre, en el centro de una red de comunicación, controle diariamente las actividades de una organización internacional" (Williams, 1992: 241).

#### II.4.- EN LA TEORÍA DEL DISCURSO

---

**Los discursos del cambio político en la transición española: medios de comunicación de masas e "imaginario colectivo".**

Gérard Imbert (Imbert, G., 1990: 139-183 pp), dentro del marco de la Teoría del Discurso, realiza una interesante aportación al estudio del Rumor -en un contexto definido por el funcionamiento de los medios de comunicación de masas en el cambio político vivido por España durante la transición (1976- 1982) <sup>22</sup>- al considerar el carácter "ficcional" de la comunicación social en el proceso de construcción del "imaginario colectivo".

Imbert cita para la definición de **"imaginario colectivo"** las palabras de P. Ansart (1977): "es el conjunto de las evidencias implícitas, de las normas y valores que garantizan la renovación de las relaciones sociales..., conjunto coordinado de representaciones a través de las cuales se reproduce (la sociedad) y que, de modo particular, designa al propio grupo, distribuye las identidades y los roles, expresa las necesidades colectivas y los fines que hay que alcanzar".

---

<sup>22</sup> Reproducimos a continuación las palabras que Gérard Imbert cita en la pág. 143: "Así pues, el simulacro, bien sea un Golpe de Estado fallido o un régimen de rumores, aunque no constituye un acontecimiento en el sentido periodístico del término ("los rumores no son noticia", se empeñará en decir "El País" unos meses más tarde(\*)), tiene una determinada realidad a causa de las posiciones actanciales que implica, las estrategias que obliga, la redefinición de una serie de objetos".

(\*) El libro de estilo del periódico "El País", por el que se rigen los comportamientos informativos de este periódico, dice que los rumores no son noticia (El País, 13 de noviembre de 1981: 1 p.).

También son recordadas por este autor las palabras de Roland Barthes al respecto: "Se toma por realidad lo que no es -en realidad-, sino un efecto de realidad". Los medios de comunicación tienen mucho que ver en este proceso, puesto que son ellos los que se encargan de la mediación de la información.

Para Imbert, el 23 de febrero de 1981 -fecha del intento de Golpe de Estado por parte de Tejero- marca un punto de inflexión que supone el fin de lo político -"provoca una ruptura en las estrategias y el léxico político (recuperación, inversión de signos...) al ratificar, en el terreno simbólico, el fracaso de la transición (sin ruptura) hacia la democracia"- o el inicio de la era del "simulacro".

En la referencia realizada por Imbert sobre el contexto de **desinformación general** en el que sucedió el intento de Golpe de Estado, se preocupa de aclarar que no significaba que la información no circulase, sino que lo hacía "de boca en boca, de rumor en rumor, de confidencia en confidencia"... "es la victoria del "off the record", de las informaciones informales que circulan por "los pasillos", que se saben de "fuentes seguras" sin que nunca lleguen a ser oficiales". Además, las manifestaciones continuas de inquietud provocaron la multiplicación de rumores: "rumores más o menos fundados que vienen a alimentar la leyenda del "héroe" Tejero, pero también rumores confirmados en las altas esferas políticas y fuentes bien informadas, sobre todo periodísticas".

Entendiendo el Golpe de Estado como **modelo semiótico**, y en la medida en que el Golpe fracasa, el investigador sostiene que ese Golpe produce una reversión del orden de lo real: "el fracaso (práctico) se vuelve éxito (teórico); el culpable (específico) se vuelve héroe (genérico); el acontecimiento (real) se vuelve virtual (imaginario)". En la pág. 148 Imbert recuerda que lo que demostró

Tejero con su acción fue la fragilidad del orden institucional y la impotencia de sus representantes en aquel momento.

Respecto al concepto **"simulacro"** cabe destacar que, según palabras de Braudrillard citadas por Imbert, "en el simulacro, lo político se vuelve hiperreal: la realidad se vuelve su propia parodia, de tanto haber sido anticipada por los modelos de simulación...Es como si el guión hubiera estado en la mente de todos desde siempre (la **escenificación del hecho ha sido repetida muchas veces por numerosos rumores de Golpe de Estado en 1976 y 1977**)".

### **Modelo de simulación**

Así, el **modelo de simulación -entendido como el modo de producir "efectos de realidad" que pueden entrar en competición con la propia realidad y sustituirla- queda configurado por Imbert de la siguiente forma:**

- \* la precesión del modelo sobre el hecho mismo.
- \* la hipertrofia de los significantes, que consagran la victoria de los signos de lo real (el simulacro) sobre lo real (la *realización del golpe*)
- \* la refracción semiótica en la que lo real se reduce a su propia escenificación (el medio- en este caso la radio- es el mensaje).
- \* la reversión del orden de lo real por la que lo imaginario se vuelve posible.

A este respecto, el autor se formula la siguiente pregunta en la pág. 163: "¿Se puede vivir en un estado de permanente vacuna semiótica, en el que los signos de realidad desafían la realidad misma?".

Al entrar **los medios de comunicación** -en este caso la radio como protagonista- en "escena", este autor defiende que son **productores**, y no sólo reproductores de realidad y pueden contribuir a establecer o reforzar el carácter ficticio de una noticia (entrando en el orden de los simulacros). La frase citada en la pág. 149 "**los medios actúan como operadores míticos**" expresa muy bien el mensaje del investigador.

Así, el discurso de los medios de comunicación de masas hace existir el acontecimiento a la vez que lo enuncia y ese enunciado determina la calificación y consistencia del acontecimiento.

Este problema del **acontecimiento en el discurso de la información** Imbert lo resuelve con el concepto de "construcción semiótica": el acontecimiento adquiere consistencia a través del discurso. En palabras de Eliseo Verón (1978) citadas por Imbert "los acontecimientos sociales no son objetos acabados que se pueden encontrar en algún lugar de la realidad... Sólo existen en la medida en que aquellos los modelan. Los medios de comunicación informativos son el lugar donde las sociedades industriales producen nuestra realidad".

Este autor menciona que el acontecimiento, en su divulgación colectiva, sufre un proceso de amplificación o de reducción <sup>23</sup>, lo que recuerda los conceptos de "acentuación" y "nivelación" citados por Allport y Postman en el esquema de la deformación sufrida por un

---

<sup>23</sup> Imbert recuerda en la pág. 153 que a los rumores callejeros del "23-F" respondió el rumor oficial del 23 de Mayo de 1981 -la ocupación del Banco Central-. Así, el discurso oficial se hizo promotor voluntario de un contrarumor. No hubo en aquel caso cámaras fotográficas ni de Televisión, y esta falta de imágenes, junto con la gran discreción de los comunicados, provocó la falta de espectacularidad del suceso.

rumor.

### **El rumor tiene tanta realidad como un acontecimiento realizado**

Imbert afirma en la pág. 169 que por los efectos que *produce* en la opinión pública, "el rumor tiene tanta realidad como un acontecimiento realizado y atestiguado", por lo que denomina "realidad del simulacro" a la "hiperrealidad del acontecimiento".

Otra declaración significativa respecto al rumor es la que aparece en la pág. 151: " de ese 23 de febrero de 1981 subsisten...imágenes de ruidos en el sentido acústico a la vez que **social** del término (los rumores, la "radio macuto", que tan bien funciona en España y que muchas veces sustituirán la información dada en cuentagotas por los "mass-media"). A esta disyuntiva entre Rumor e información Imbert precisa <sup>24</sup> que por querer negar la verdad del rumor, la información acaba por restarle toda realidad, como si el rumor "no fuese un fenómeno social, maleable, tantacular, imposible de cernir tanto en lo relativo a sus instancias productoras, como a su impacto público, y por ende, irreductible a la prueba de la verdad" (Imbert, G, 1990: 171).

---

<sup>24</sup> (Imbert, G., 1990: 171-172 pp) En un caso en el que se niega la realidad informativa del rumor (rumor vs. noticia) pero no excluye su realidad en cuanto a acontecimiento (el rumor como fenómeno social que remite a la realidad de lo imaginario colectivo). Este caso corresponde a una paradoja protagonizada por la estrategia oficial de hacer que repose un "mentís" o desmentido sobre una *presuposición* que, a su vez, reposa sobre una *no información* en cuanto al contenido de los rumores. De esta forma, según D. Ducrot, "lo implícito, que en sus dos dimensiones, lo sobreentendido y la insinuación, permite ...decir algo sin aceptar por ello la responsabilidad de haberlo dicho, lo cual equivale a beneficiarse a la vez de la eficacia de la palabra y de la inocencia del silencio".



### **La estrategia metadiscursiva**

Imbert distingue tres niveles discursivos (Imbert, G., 1990: 174):

- 1- El propiamente informativo (rumor vs. noticia) que denigra al rumor todo estatus de referente periodístico.
- 2- El nivel extrainformativo, que significa el reconocimiento de la incidencia del rumor sobre el mundo de la información (reconocimiento del "off the record").
- 3- El nivel ético que justifica la desinformación y confirma la lectura normativa que podría entreverse en él.

### **El rumor como actante del discurso social**

En las pág. 181, 182 y 183 Imbert desarrolla este concepto que se considera una gran aportación para el estudio del rumor. La anterior afirmación se sustenta en la suposición de que, según la postura que adopten los actantes sociales (en ese caso de periodistas y Gobierno), se configurará un esquema actancial que ratifique el rumor como objeto semiótico que determine la competencia semiótica de los agentes del discurso social y condicione el "hacer lingüístico" de esos actantes.

El autor distingue dos tipos de realidad del objeto rumor:

- \* Una realidad empírica, que no es verificable y depende del

estatus social (funcional) del rumor.

\* Una realidad semiolingüística que da existencia al hecho por los efectos de sentido que produce. Esta realidad es doble: por un lado sintáctica; por otro, dramática.

A continuación se reproduce el esquema de articulación lógica por la cual el "logos"<sup>25</sup> social afronta el rumor, que Imbert explica en las páginas 182 y 183 de su obra.

Se distinguen cuatro posiciones del "logos":

1-Destinador

3-Antidestinador

4-No Antidestinador

2-No destinador

1- Destinador del "logos" (periodístico, político): reconocer la existencia del acontecimiento (Golpe de Estado).

2- No destinador: categoría contradictoria que niega mágicamente el rumor como predeterminante. Actitud que implica la posición número 3):

- indicios positivos ("normalidad", "tranquilidad"...)
  - "Opinión Pública" (elemento oponente para el discurso periodístico)

---

<sup>25</sup> Según el Diccionario Latino-Español de A. Blázquez Fraile (1946) "logos" tiene varias acepciones (palabra, razón, razonamiento) entre las que se elige la tercera.

3- Antidestinador: silencio oficial respecto al contenido. El rumor se considera antidestinador, evacúa el problema, lo cual no impide la posición número 4. Rumor vs. noticia.

4- No Antidestinador: relaciones de contradicción dentro del discurso social que remiten a la presuposición inicial de que los rumores existen y condicionan la producción discursiva. Imbert afirma que estas relaciones coexisten en el discurso social y muestran **la dificultad, e incluso imposibilidad, de una postura coherente frente al rumor:**

-el "mentís" (función persuasiva): es la relación contraria al punto 3 (antidestinador) ya que es la propia prueba de que se reconoce implícitamente la importancia del hecho.

- la relación contraria al punto 2 (no destinador), que, sin excluir categóricamente a este punto 2, remite implícitamente al punto 1.

## II.5.- EN LA SOCIOLOGÍA

---

En opinión del francés Kapferer (Kapferer, J-N, 1989: 17) "el concepto de rumor más conocido por su carácter dinámico fue formulado por el **sociólogo norteamericano Tamotsu Shibutani**".

Shibutani, que desarrolló sus estudios sociológicos sobre el rumor -aplicados a las noticias sobre acontecimientos- en Estados Unidos durante los años 60, entendía al rumor como noticia improvisada surgida de un proceso de discusión colectiva, que trataba de dar sentido a unos hechos no explicados: **acontecimientos importantes y ambiguos.**

La función principal del rumor era, según **Shibutani** (International Encyclopedia of Communications, 1989, Tomo 3: 489), proporcionar información en situaciones que demanden acción. Esta función dejaba de resultar, según este autor, en los casos de confusión general como son los provocados en una batalla o en un *desastre natural -inundación, terremoto, etc...-*

Según Kapferer, la teoría de Shibutani fue formulada según la siguiente fórmula multiplicativa, que, sin embargo, **debe atribuirse a Gordon W. Allport y Leo Postman:**

$$R = \text{Importancia} \times \text{Ambigüedad}$$

En la "International Encyclopedia of Communications", se menciona esta hipótesis de Allport y Postman: la cantidad de rumores en circulación es función multiplicativa de la **importancia** del hecho y de la **ambigüedad** que lo rodea.

Para Shibutani, los rumores surgen en cualquier situación en la que la demanda de información excede a la oferta de las autoridades, bajo condiciones de **censura, crisis, incertidumbre y amenaza**.

El principal problema de esta fórmula, según Kapferer, lo presentaba el hecho de que sólo se podía aplicar a los rumores nacidos a partir de un acontecimiento, olvidando que hay muchos otros que crean los propios acontecimientos. En este sentido, cabe recordar la opinión del estudioso francés Rouquette, que defiende que hay casos en los que es el mismo rumor el que crea la actualidad.

Shibutani difería de sus colegas psicólogos principalmente en su forma de entender la evolución del contenido del rumor: no se explica por las distorsiones de la memoria, sino según la evolución y la aportación de comentarios hechos a lo largo de todo el proceso del rumor.

Otro sociólogo norteamericano que puede aportar una cita interesante a esta Tesis es **Peter L. Berger** en su análisis del pensamiento teológico<sup>26</sup> en nuestra sociedad actual. La relación del rumor con esta valoración de los signos de trascendencia -como él

---

<sup>26</sup> El autor identifica en su obra *Rumor de Angeles. La sociedad moderna y el descubrimiento de lo sobrenatural*, al "rumor de ángeles" con la religión. Su preocupación fundamental es el estudio de las posibilidades existentes en nuestra sociedad de desarrollarse un pensamiento teológico. Aunque inicialmente parece que el tema nos es ajeno, de este estudio vamos a obtener interesantes apreciaciones respecto a lo que el autor denomina "estructura de plausibilidad".

dice- queda aclarada con la cita siguiente del autor (Berger, P.L., 1975: 168):

"No hace muchos años, alguien preguntó a un sacerdote de un barrio bajo de una ciudad europea por qué trabajaba en él, a lo que el sacerdote replicó: -Para que el rumor de Dios no desaparezca totalmente-.

*La frase expresa certeramente lo que los signos de trascendencia han pasado a ser en nuestra actual situación: meros rumores, y, por cierto, no muy dignos de crédito...Queramos o no, estamos en una situación en la que la trascendencia ha sido reducida a un mero rumor...pero cabe todavía hacer algo: ponerse a explorar esos rumores, y quizá seguir su rastro hasta la fuente de donde brotan".*

En estas palabras de Berger adivinamos, por un lado, un concepto de rumor algo despreciativo -"mero rumor"- pero que cobra interés para el investigador desde el momento en que simboliza un síntoma poco manifiesto pero latente de la trascendencia en nuestra cultura actual.

Aunque el interés central del sociólogo no coincide con el tema central de esta Tesis, recogemos a continuación sus principales reflexiones para entender mejor su visión de nuestra sociedad. Por un lado, nuestra vida cotidiana, al igual que la del hombre primitivo, estaba dominada por imperativos empíricos, pragmáticos y útiles en relación con este "mundo": tenía que resolver los problemas básicos de su supervivencia. Pero por otro lado, aquellos hombres primitivos y antiguos aceptaban a su vez la idea de "otro mundo" sobrenatural de seres divinos y con fuerzas ocultas como trasfondo del mundo ordinario. Suponían entonces que ese "otro mundo" afectaba a éste de mil maneras.

Sin embargo, los sociólogos contemporáneos han considerado a la religión como una "vana reliquia de oscuras épocas supersticiosas, defendiendo la Teoría de la secularización de la cultura moderna (Berger, P.L., 1975: 18).

Una vez situados en este contexto, el sociólogo americano realiza una interesante aportación que se expresa en su afirmación siguiente (Berger, P.L., 1975: 70-73):

"Toda concepción del mundo -sea cual sea su carácter y su contenido- puede ser analizada desde el punto de vista de su correspondiente estructura de plausibilidad: únicamente será admisible para el individuo mientras él permanezca en el interior de esta estructura...El misterio de la fe se hace entonces científicamente comprensible, pasa a ser prácticamente repetible y aplicable en general".

Veamos más detenidamente en qué consiste esta **Estructura de Plausibilidad** y su relación con el proceso de transmisión del rumor .Los elementos constitutivos de la Estructura de Plausibilidad son (Berger, P.L., 1975: 70, 71 y 73):

- Los seres humanos que la "inhabitan".
- La red de **diálogos por los que los habitantes mantienen en pie la realidad en cuestión**. Este diálogo puede ser explícito e implícito. Muestra de ello es que en la vida ordinaria tan importante es que ciertas cosas puedan ser aceptadas en silencio como que otras se reafirmen con gran profusión de palabras.
- Los medios terapéuticos y rituales.

- y las legitimaciones que los acompañan.

Peter Berger relaciona este tipo de estructura con la socialización a la que es "sometido" el individuo desde que nace: éste al crecer descubre que ha de realizar muchos papeles diversos, y algunos de ellos discrepantes entre sí, y debe separar cada uno de tales papeles, puesto que no son igualmente apropiados a los diferentes sectores de su vida en comunidad.

Frente a las sociedades primitivas, caracterizadas por individuos que vivían inmersos en unas instituciones determinadas -la tribu, la "polis", y otras- que regulaban todas sus relaciones con los demás, el hombre moderno se encuentra en una pluralidad de mundos en los que tienen que aceptar y seguir estructuras de plausibilidad conflictivas y, muchas veces, contradictorias, que se ven debilitadas por la simple coexistencia involuntaria junto a otras estructuras de plausibilidad.

Por último, **Tom Harrison, Humphrey Jennings y Charles Madge** (Chaney, David. *International Encyclopedia of Communications*. Tomo II, 1989:pp 497-499), crearon en Gran Bretaña, en los años inmediatamente anteriores a la Segunda Guerra Mundial el **Método de Observación de Masas** o "Mass Observation" para la investigación de la Opinión Pública (popular) ante acontecimientos contemporáneos, y para difundir sus hallazgos ante el público. Lo que unía a estos investigadores fue la convicción de que la democracia, entendida como un electorado masivo, no había aún desarrollado ideas adecuadas de participación masiva en la formación de la opinión. Aunque la sociedad contaba con mayores facilidades que nunca para la información, pensaban que el pueblo estaba aislado y alienado. Todos ellos compartían un concepto crítico



de prevalencia del rumor, la superstición, la charlatanería y la situación de "deseo-masivo" en la vida popular, sobre todo cara a las respuestas que el pueblo da a los acontecimientos nacionales e internacionales.

La Observación de Masas tiene tres fases:

- \* De 1937 a 1940: hubo algunas iniciativas en las que reclutaban observadores aficionados (gente corriente) que respondían a cuestionarios o escribían diarios e informes.
- \* Durante la Guerra: época de redefinición de su trabajo teniendo en cuenta las necesidades de una más efectiva propaganda nacional.
- \* A partir de 1949: se convierte en una empresa de investigación de mercados comercial, "Mass Observation Ltd.".

Este método, que tuvo muchos detractores por evitar siempre el rigor académico y desbordar a los propios investigadores con el amplio material de estudio recogido, planteó a la ciencia social y a los expertos en la interpretación de la opinión pública, un verdadero desafío en la definición de la relación entre investigadores y la comunidad estudiada.

## II.6.- EN LA PSIQUIATRIA

---

El principal representante del estudio del rumor desde la psiquiatria, E. Morín, concibe los rumores como creencias que circulan sin razón que justifique su existencia. Cree que son sólo historias sin fundamento y esto provocó que el rumor fuera considerado una enfermedad mental de la sociedad, que tenía que ser tratada desde la psiquiatria.

Teniendo en cuenta que en modo alguno podemos considerar al objeto de estudio de esta Tesis como "enfermedad mental" de la sociedad, prescindiremos de esta aproximación psiquiátrica.

## II.7.- CUADROS-RESUMEN

---

Los cuadros que se acompañan resultan del análisis sistematizado de la información tratada en este Capítulo. Nos ha interesado estructurar los contenidos anteriores siguiendo, en primer lugar, un orden en los campos científicos mencionados. A continuación se especifica qué autor ha contribuido en la investigación del Rumor, en qué contexto, por qué estuvo interesado en él, qué aspecto analizó y en qué consistió su aportación.

Estos cuadros sirven de sinopsis y resumen, pero, sobre todo nos ayudan a comprender la investigación sobre el Rumor previa a esta Tesis, y a sistematizarla para un mejor aprovechamiento futuro. De ellos extraeremos aquellos conceptos y teorías que nos ayuden a comprender mejor el funcionamiento del rumor en las organizaciones y su influencia en la cultura de éstas.

En el Capítulo III completaremos este análisis con nuevas unidades conceptuales de interés, que nos llegan también de diferentes disciplinas científicas, en el entorno comunicativo del Rumor.

II.7. *CUADROS-RESUMEN: APROXIMACIÓN MULTIDISCIPLINAR EN LA INVESTIGACIÓN DEL RUMOR.*  
 II.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA *PSICOLOGÍA SOCIAL*

[illegible]

## II.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA SOCIAL

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Allport y Lepkin	Finales II Guerra Mundial (Despilfarro y fraude en el aprovisionamiento) (1945)	Conocer las características psicosociales en la dinámica de la comunicación del rumor	Estudio de 2 variables: - <u>Autojustificación</u> - <u>Sentido de culpabilidad</u> y su influencia en la adhesión al contenido del rumor.	Se adhiere menos al contenido de un rumor un individuo que tiene sentido de culpa y se intenta justificar, que el que sólo tenía sentimiento de culpa.  Un individuo que se autojustificaba y no tenía sentimiento de culpa tenía un mayor grado de adhesión que los que ni se autojustificaban ni se sentían culpables.
Allport	Posguerra (1954)	Estudio del "prejuicio" en el medio social norteamericano.	Una forma de rechazo de "exogrupos" (desde el endogrupo) es el rechazo verbal.	El rumor es considerado una expresión de hostilidad verbal que <u>mide -como un barómetro- la tensión de un grupo</u> . El rumor aparece en las 4 fases de un "tumulto".
Chorus	(1953) ?	Interés por la función multiplicativa del rumor	Un factor más	Añade el <u>sentido crítico del sujeto</u> . $R = (f) I \times A \times I / C$ C = sentido crítico (Perspicacia y dimensión moral y de responsabilidad. Relación inversa al desarrollo del rumor)
Festinger	(1948) EEUU	Estudios de campo fuera de laboratorio	La "importancia" en el rumor. 3 Principios fundamentales	Una característica clave para definirla es <u>la relevancia que el rumor tenga para la conducta inmediata de los sujetos</u> .  · Principio de control externo · Principio de oscuridad cognitiva · Principio de explicación integradora

### II.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA SOCIAL

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Terry Ann Knopf	Disturbios raciales. Ambiente bélico EEUU	El rumor "envenenaba" a las masas.	Contenido de los rumores	Aunque su contenido es muy variable, <u>ciertos temas tienden a repetirse</u> .
Robert Knapp	Entreguerras. Años 40, EEUU	Interés por el rumor como caso especial de comunicación social informal (junto al mito, leyenda o humor actual).	Intención del emisor  Contenido del rumor  Transmisión  Contexto favorable	<p>El rumor es una <u>declaración destinada a ser creída</u> (el rumor tiene como fin provocar la risa)</p> <p>Se vincula con la actualidad y <u>expresa un deseo, temor o agresión</u> (satisface las necesidades emocionales de los individuos). El rumor subraya el tópico (frente al mito o leyenda).</p> <p>Se difunde <u>de forma oral y personal, sin verificación oficial, pero se atribuye a una fuente autorizada</u>. Mensaje corto.</p> <p><u>Facilidad de comunicación interpersonal en una organización.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Homogeneidad de sentimientos en un grupo</li> <li>· Grado de satisfacción respecto a su necesidad de información.</li> <li>· Falta de actividad en el grupo y tedio.</li> </ul>

### II.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA SOCIAL

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
W. Peterson y N. Gist	(1951) EEUU	Rebatir el Esquema de la Deformación de Allport y Postman	Proceso de creación y desarrollo del rumor	<u>1ª Fase: Se forma un público unido por unos intereses.</u> <u>2ª Fase: Discusión y confrontación de intereses comunes.</u> <u>3ª Fase: Aparece el rumor y se expande antes de desaparecer.</u> <u>4ª Fase: Opinión y actitudes se reorganizan:</u> el rumor forma parte de la dinámica social que, al mismo tiempo, la determina y es determinada por ella.
Ralph Rosnow y Gary Fine	EEUU		Principal función del rumor	<u>Mecanismo reductor para disminuir la incertidumbre y el sentido de amenaza.</u>
Barlett	(1932) EEUU	Interés por el "testimonio"	3 pasos en el proceso psicológico del testimonio	- Se aplican al proceso de comunicación del rumor: <u>percibir, recordar e informar</u> (cada uno está en función de los demás). - Los recuerdos se modifican subjetivamente nada más terminar la percepción.
Buckner	(1975) (?)	Interés por dos variables del rumor	- <u>Actitudes posibles hacia el rumor</u>  - <u>Red de comunicación de la transmisión</u> →	· Crítica · Acrítica · Mera transmisión  · En cadena · En red  <u>Combinando ambas variables el contenido del rumor:</u> · Mantiene o no la exactitud · Aumenta o no la distorsión · Permanece o no la información

### II.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA SOCIAL

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Michel Louis Rouquette	Francia, años '70	Considerar el rumor como un modo de expresión cotidiano y privilegiado del pensamiento social (frente a la precalificación psicológica negativa de éste).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Función del rumor</li> <li>- Verificabilidad del rumor</li> <li>- Contexto del rumor</li> <li>- Proceso de transmisión del rumor</li> </ul>	<p>Pone de manifiesto el estado social (como síntoma, no como agente).</p> <p>No es importante. Es una manifestación reflejo del estado social.</p> <p>Es imposible suprimir esta forma de comunicación habitual en grupos: es un modo de comunicación que ayuda a constituir, diferenciar y mantener a los grupos.</p> <p>Escasez de información oficial: hay casos en los que el rumor antecede al acontecimiento.</p> <p>Oral, personal y cercano</p> <p>Red de intercambios (conjunto de canales que relacionan a un conjunto finito de eslabones -unidad de emisión-recepción- en la transmisión de un mensaje. En cada eslabón se produce un cambio del mensaje.</p> <p>El proceso de penetración de un rumor acontece en más de dos etapas.</p> <p>Red de relaciones sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Relaciones en ese momento entre los diferentes grupos.</li> <li>b) Estructura interna del grupo formal y estructura efectiva o informal</li> <li>c) Actitudes características previas del grupo en relación con el objeto del rumor.</li> </ul>



### II.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA SOCIAL

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Michel Louis Rouquette			- Contenido del rumor	<p>La distorsión del contenido del mensaje ocurre en todo intercambio de información.</p> <p>Estructura formal: Sujeto + Predicado, a los que se aplica una especificación fuerte o débil del contenido.</p> <p>Todo rumor tiende a un equilibrio óptimo entre las especificaciones del sujeto y del predicado.</p> <p>La inclinación negativa del contenido del rumor: Hay 4 posibilidades.</p> <p><u>Equilibrio</u>      (1) Un buen sujeto realiza una buena acción. No es interesante  (2) Un mal sujeto realiza una mala acción. No es interesante</p> <p><u>Desequilibrio</u>    3) Un buen sujeto realiza una mala acción. Tiende al equilibrio  4) Un mal sujeto realiza una buena acción. Tiende al equilibrio</p> <p>Del 3) al 1) no es interesante. Del 4) al 1) no es interesante.  Del 3) al 2) y del 4) al 2) tiene interés en comunicarse.</p>

### II.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA SOCIAL

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Gonzalo Musitu	España. Fin de los 70		Factores que motivan la propagación del rumor	<p>Un rumor es percibido como fiable si sus contenidos coinciden con las actitudes preexistentes.</p> <p>Forma de reducción y creación de la Disonancia Cognitiva.</p> <p>A) FACTORES RACIONALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Función Explicativa: el sujeto trata de explicarse una situación desconocida o ambigua.</li> <li>· Función Justificativa: el tema del rumor le proporciona una justificación de su estado emocional.</li> <li>· Función Tranquilizadora al reducir el grado de tensión emocional.</li> </ul> <p>B) FACTORES EMOCIONALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Mecanismos proyectivos: (- Proyección complementaria (- Proyección directa</li> </ul> <p>C) MOTIVOS SECUNDARIOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Búsqueda del protagonismo "por estar enterado".</li> <li>· Simple intento de romper el hielo.</li> </ul>
			Tipología	No existe una clasificación universal. Propone criterios más usuales.
			El rumor en los medios de comunicación social	<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Efectos: (- Enorme repercusión social de su transmisión. (- Minimización del tiempo de transmisión al romper la tradicional transmisión oral y personal en cadena.</li> </ul>

## II.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Jean-Noël Kapferer	Francia, años '80	Desca explicar el fenómeno del rumor para controlarlo desde un enfoque racional y pragmático.	<p>Origen del rumor</p> <p>Contexto de génesis del rumor</p> <p>Fuente del rumor</p> <p>Contenido del rumor</p>	<p>Obedece a una reacción psicológica que tiene una poderosa lógica, cuyos mecanismos pueden ser desmontados: tiene un carácter racional y afectivo. Nace también de la desconfianza de las versiones oficiales.</p> <p>Sobre todo: Situaciones de Confusión; Crisis; Desconfianzas; Desigualdades, lo que puede tener su fundamento en la permanencia del "chivo expiatorio".</p> <p>Fuente no oficial (por "fuente oficial" entiende "<i>noción política resultado de un consenso que establece aquel que tenga la autoridad en ese aspecto o tema</i>")</p> <p>Anulación del problema de la autenticidad del contenido del rumor: no aporta conclusiones significativas.</p> <p>Contenidos origen del rumor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Todo lo que trastorna el orden establecido y provoca reacción en el receptor.</li> <li>· Información que afecta al grupo del emisor.</li> <li>· Lo que ocurre a las personas que representan "símbolos públicos" (política, arte, deporte, espectáculos).</li> <li>· Acontecimientos, testimonios, mitos, mensajes confusos ... que van favoreciendo sus errores por el movimiento, brevedad del tiempo de transmisión, prejuicios del testigo ...</li> <li>· El contenido del rumor es fundamentalmente negativo: valor gratificante e informativo de lo "negro" (si para los demás la situación es peor, nos sentimos satisfechos, y por supuesto es más interesante como información a transmitir)</li> </ul>

## II.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Jean-Noël Kapferer			Proceso del rumor	<p>Surge cuando alguien cree en una información y la considera importante (por ser un bien escaso) para comunicarlo a otras personas. Es una forma espontánea de comunicación, y plantea "quién tiene derecho a hablar de qué".</p> <p>Es un proceso persuasivo: el rumor es una información que deseamos creer. Su capacidad de comunicación se acrecienta porque ese deseo de creer es tan poderoso que desplaza cualquier argumento nacido del realismo y la lógica.</p> <p>Difusión por etapas. Transmisión rápida y en cadena o cascada. Expresión de la búsqueda de un sentido, la depuración de toda ambigüedad. El rumor es una obra colectiva.</p>
			Funciones del rumor	<p>El rumor es un argumento que el emisor utiliza para:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Demostrar su capacidad indagatoria</li> <li>· Convencer de algo a otros</li> <li>· Librarse de algo o alguien</li> <li>· Reforzar su vínculo con el grupo</li> <li>· Hablar por hablar</li> </ul>

## II.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Jean-Noël Kapferer			<p>El funcionamiento del rumor en la vida profesional</p> <p>Tácticas para neutralizar el rumor</p>	<p>El rumor en las organizaciones es habitual porque:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Es una forma de expresión y un modo de acción sobre el entorno.</li> <li>· En general se desatienden las comunicaciones internas.</li> <li>· En un espacio social de tensiones, en pleno conflicto de intereses en el que se puede perder la capacidad para controlar su futuro, el trabajador experimenta un sentimiento de desequilibrio.</li> </ul> <p>Toda organización social implica ciertos conflictos producto de la estructura interna y de las relaciones de poder, por lo que la aparición de rumores se hace inevitable. El número y contenido de los mismos es indicativo y supone un excelente barómetro del ambiente de esa organización.</p> <p>El rumor nace de condiciones de "infrainformación", "sobreinformación" o "desinformación".</p> <p>El rumor es un "instrumento de contrapoder" útil para "movilizar la resistencia".</p> <p>No es posible acabar con los rumores, pero sí evitar las situaciones que pueden dar lugar ellos.</p> <p>El rumor se produce en el seno del sistema extra-oficial (Ej: red informal de comunicación "secreta" creada por las secretarías, a las que considera como fuente irremplazable de noticias).</p> <p>El "mentís" o comunicado "antirumor" es insuficiente, y puede tener un efecto boomerang. Para ser efectivo debe ser no sólo refutatorio, sino tan interesante y reiterativo como el rumor.</p> <p>La clave: que el mensaje lo difunda una fuente digna de crédito.</p>

## II.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Jean-Noël Kapferer			Táctica para prevenir el rumor	<p>Otras Tácticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Disociación: convertir la información negativa en positiva disociando la información negativa de la entidad "acusada"</li> <li>· Reasociación: asociar otras informaciones que hagan incoherente el contenido del rumor.</li> <li>· Dejar correr el rumor y luego desmentirlo ridiculizando a los que lo propagan.</li> <li>· Emplear emisores creíbles para encauzar una respuesta contra el rumor (y despojar de credibilidad al rumor)</li> </ul> <p>Credibilidad de las fuentes.</p>

## II.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN	
Ricardo Gutiérrez Ballarín	España Años '80 (Perspectiva periodística)	Gran interés por el rumor considerado como expresión de la opinión pública	<u>Veracidad del rumor</u> Relación del rumor con el teorema de Thomas  Rumor oral / Rumor escrito / Rumor electrónico  Rumor en la prensa	Si los individuos definen las situaciones como reales, son reales en sus consecuencias.  Distingue estos tres tipos de rumor que han tenido cada uno su lugar en la Historia.  Existe más interés y celeridad por desmentir un rumor falso que por confirmar uno verdadero. <u>M. Martín Ferrand (1979)</u> - <i>"El rumor, como vieja táctica en la conquista del poder, como arte, estrategia y su estética especial es puesto muchas veces en circulación por los propios nominados"</i> . <u>Francisco Umbral (1980)</u> - <i>"En la medida en que nuestra democracia va perdiendo transparencia, como diría Paniker, el rumor va ganando influencia"</i> .	
		Interés por la manipulación informativa del rumor. Eficacia del mismo.	Causas del rumor Paralelismo con la noticia Tipologías	En su mayoría el rumor es producto de mecanismos de defensa del individuo.  Características comunes: Actualidad, Relevancia, Emociones, Consecuencias.  Propone seis criterios que determinan seis tipologías diferentes: 1.- Criterio temporal 2.- Criterio temático 3.- Criterio "paradigma de Laswell". 4.- Criterio de Knapp 5.- Forma de transmisión 6.- Clasificación de G. Ballarín sobre el rumor en la prensa.	

## II.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Ricardo Gutiérrez Ballarín			<p>Público del rumor</p> <p>Transmisión del rumor en una organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Lo forma la comunidad de intereses. Cada rumor tiene su público y según sea el contenido del mensaje así atraxará la atención de los que estén predispuestos para ese tipo de mensajes: el rumor activa y confirma actitudes preexistentes más que crear otras nuevas.</li> <li>▶ El público del rumor también queda influido por la jerarquía en la organización (No tiene por qué coincidir con la jerarquía "oficial" de la organización).</li> <li>▶ El rumor normalmente fluye hacia arriba: el emisor del rumor experimenta satisfacción, en términos de "status", al transmitirlo: es el primero en comunicar una información valiosa a una persona de status superior.</li> <li>▶ En una organización se forman determinados subgrupos no previstos en la estructura formal de la organización, cuyos individuos mantienen contactos constantes entre sí, mientras apenas se relacionan con otros ajenos a ellos.</li> <li>▶ En todos los planos de la organización existen determinados personajes de "enlace" que mantienen contactos constantes más allá de los límites de los subgrupos. A los ojos de su grupo estos individuos se convierten en personas de alto status.</li> <li>▶ Cuantos más contactos mantenga un trabajador con sus colegas más será valorado su rol en el grupo.</li> </ul>
Jose Angel Gimenez Alvira			Factores que intervienen en la comprensión de un mensaje verbal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lo que se quiere decir</li> <li>- Lo que realmente se dice</li> <li>- Lo que se oye</li> <li>- Lo que se escucha</li> <li>- Lo que se entiende</li> <li>- Lo que se "lee entre líneas"</li> <li>- Lo que se cree entender</li> <li>- Lo que se añade para entender mejor</li> <li>- Lo que se duda del mensaje</li> <li>- Lo que se cambia</li> </ul>



## II.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN II.7.2.

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
José María Hermida Lloret	España, 1993 Perspectiva periodística y profesional como asesor de imagen	Interés por el rumor como un caso más de "mentira" que se produce en el proceso de manipulación y engaño de la opinión pública	<p>El rumor en la Bolsa</p> <p>Característica general del mecanismo de transmisión</p> <p><u>Características:</u></p> <p><u>Mecanismo de transmisión del rumor</u></p>	<p>Mentira sacralizada, intocable y a salvo de cualquier consideración moral.</p> <p>Funcionamiento sofisticado (aunque intuitivo) al requerir grandes dosis de <u>verosimilitud</u>. (Lo compara con el mecanismo de bromas del día de los Santos Inocentes).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Tautológica: La información solo puede ser contrastada con ella misma.</li> <li>▶ Si la información es falsa, <u>ésta deja de ser mentira</u> en el momento en que un <u>primer receptor</u> cree en ella, ya que los <u>siguientes transmisores</u> "<u>aspiran a declarar la verdad</u>".</li> <li>▶ Contiene información negativa.</li> <li>▶ Contiene elementos verosímiles.</li> <li>▶ Difusión exponencial</li> </ul> <p>Estudio de las combinaciones posibles entre el <u>emisor</u> y la <u>víctima</u> del rumor:</p> <p>a) El <u>emisor</u> puede: 1) Seguir emitiendo el rumor = <b>E</b>. 2) Desistir = <b>S</b> (Silencio).</p> <p>b) La <u>víctima</u> puede: 1) Desmentirlo de forma fehaciente = <b>D</b>. 2) Guardar silencio o desmentirlo de forma no fehaciente = <b>d</b>.</p>

José María Hermida Lloret			<p>Punto de vista del <u>Emisor</u></p> <p>Punto de vista de la <u>Víctima</u></p> <p><u>Importancia del contexto comunicativo</u></p> <p><u>Técnicas de neutralización del rumor</u></p>	<p>• Lo que más le interesa es <b>E + d</b>: que el rumor siga y el rival no lo desmienta.</p> <p>• Lo que menos le interesa es <b>S + D</b>: que el rumor se silencie y el rival lo desmienta de forma poco llamativa.</p> <p>• Lo que más le interesa es <b>S + d</b>: que cese la difusión del rumor, y que tampoco se vea obligado a desmentirlo.</p> <p>• Lo que menos le interesa es <b>S + D</b>, que cese el rumor, al mismo tiempo que lo desmiente fehacientemente.</p> <p>Propone el concepto de <u>Mecanismos convertidores (MC)</u> que <u>transforman los puntos de información veraces (V)</u> en <u>verosímiles</u>:</p> <p>☞ Los V actúan como apoyaturas lógicas para la interpretación de hechos inconexos, dentro de una fase intermedia de la transmisión del rumor.</p> <p>☞ Los M.C. forman parte del conjunto de creencias asumidas de forma global por la cultura dominante.</p> <p>☞ Los visos de credibilidad del rumor funcionan a partir de la capacidad para compartir códigos no verbalizados, pero implícitos en el contexto de la comunicación.</p> <p>1) Identificar las audiencias previsiblemente receptoras del mensaje.</p> <p>2) Emitir el desmentido en los medios que lleguen a ellas y no en los medios ideológicamente afines a la víctima, que seguramente ni siquiera se hicieron eco del rumor: sería difundir el rumor desde la víctima entre un público que no lo ha escuchado.</p>
---------------------------	--	--	---	---


### II.7.3. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
C.W. Ceram	Historiador interesado por el Misterio de la civilización Hitita (1957)	Estudio histórico de la batalla de Kades	Relato histórico documentado de la batalla	<p>Primer ejemplo documentado de Campaña de Propaganda, en la que el rumor fué utilizado como instrumento para conseguir fines políticos. (Ramses II, con los testimonios que dejó respecto a su victoria en la batalla , nos engañó más de 3000 años. Los generales hititas dislocaron y aniquilaron completamente la formación egipcia).</p> <p>El resultado de la batalla fué el primer tratado de paz, que en opinión de Ceram "es un pacto que en materia de clarividencia y de sabiduría política está muy por encima de muchos de los que se han concertado ahora en el S. XX"</p>
Allport y Postman	Psicólogos sociales. EEUU (1967)	Busqueda de los orígenes del rumor	<p>ANTIGUA ROMA: la figura del "Delator"</p> <p>EDAD MEDIA: el rumor, pieza clave en las cruzadas</p> <p>La leyenda</p>	<p>Su función era la de mezclarse con el pueblo y llevar al Emperador "los chismes" del día, considerados entonces excelentes barómetros de los sentimientos populares.</p> <p>Proceso reciproco: tambien eran utilizados para lanzar "contraofensivas" de rumores para orientar la opinión del pueblo.</p> <p>En epocas en las que los documentos escritos escaseaban, las formas de comunicación oral predominaban (no siempre eran rumores).</p> <p>Rumor cristalizado</p>
Jean-Nöel Kapferer	Francia (1989) Desde la Teoría de la Comunicación	Busqueda del origen del rumor	El rumor como medio de comunicación más antiguo del mundo	Coincide con Allport y Postman. Al avanzar en la historia, con los medios de comunicación, el público sigue obteniendo parte de su información de la comunicación cara a cara

### II.7.3. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Alejandro Pizarroso Quintero	Historiador del periodismo. (1990)	Interés por el estudio diacrónico de la propaganda	<p>Características de la propaganda</p> <p>CIVILIZACIÓN GRIEGA: Democracia y libertad de expresión.</p> <p>IMPERIO ROMANO: Propaganda como factor de cohesión interna</p> <p>EDAD MEDIA</p> <p>EDAD MODERNA</p>	<p>- Es polimórfica y utiliza recursos casi infinitos: entre ellos la palabra hablada en pequeños grupos (organización celular).</p> <p>- Es un proceso de persuasión: su finalidad es la influencia. Acentúa la importancia de la "complicidad" necesaria entre el propagandista y el que es persuadido.</p> <p>- Gran carga peyorativa a partir de la primera Guerra Mundial, al igual que el rumor.</p> <p>- Reglas propagandísticas de Jean-Marie Domenach:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Simplificación del mensaje</li> <li>· Desfiguración o engrandecimiento</li> <li>· Repercusión orquestada adaptada a sus audiencias.</li> <li>· Transfusión: punto de contacto entre el propagandista y su audiencia.</li> <li>· El contagio o unanimidad.</li> </ul> <p>- Sátira ateniense: ejemplo de mensajes interesados y ambiguos que perseguían un determinado fin.</p> <p>- Teoría de la persuasión de la Retorica de Aristoteles.</p> <p>Destaca Cayo Julio Cesar (100 - 44 A.C.)</p> <p>- La iglesia será la principal propagandista, sobre todo a partir del S. XI: las órdenes religiosas se vuelcan al exterior. Además, la literatura popular vernácula es empleada por la iglesia para reforzarse. Con la Inquisición, el rumor cobra especial función acusadora.</p> <p>- Los Juglares: transmisores de la historia oral.</p> <p>Propaganda Napoleónica: utiliza el rumor como eficaz instrumento: sistema jerarquico de la información del Emperador a sus prefectos para que los funcionarios locales difundiesen verbalmente determinadas noticias.</p>

### II.7.3. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
RAYMOND WILLIAMS 	Editor que en 1992 compila teorías de diversos autores: <i>columna de la izquierda</i>			
Henri-Jean Martin	"École des Hautes Études" de Paris	La comunicación en la Historia de Europa	Predominio de la cultura oral desde el S.V D.C. hasta el S.XI.  S. XIII	Las invasiones bárbaras del S. V d.C. en Occidente paralizaron el comercio, y trajeron una vuelta a la cultura oral en lugar de la cultura literaria romana.  Necesidad de equilibrio: · Elite: acceso a la escritura · Humanistas: buscan lenguaje más claro y universal
Ithiel de Sola Pool	"Massachusetts Institute of Technology" (1992)	Interés por los avances técnicos para la comunicación oral	Inventos que, cinco siglos después del nacimiento de la imprenta, logran que la voz se almacene, repita y transmita a grandes distancias	Tres grandes inventos transmisores de la voz humana que provocaron grandes cambios de hábitos:  · Telégrafo - Teléfono · Grabadora · Radio - TV - Cine
Ederyn Williams		Interés por la comunicación cara a cara	Comunicación cara a cara  Relacs. sociales provocadas por la "Telecomunidad"	Comunicación primera que aprendemos a utilizar desde niños. La telecomunicación es más distante  a) Relaciones comunitarias caracterizadas por: cohesión; profundidad; continuidad; plenitud emocional; tendencia a ser agradables. b) Relaciones sociales: impersonales; temporales; generales; medio para alcanzar un fin. ( contexto en el que los individuos responden a la telecomunicación)

## II.7.4. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DEL DISCURSO

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Gérard Imbert	Cambio político durante la transición española (1976-1982). En concreto: contexto de desinformación general en el que se dió el Golpe de Estado, concebido como Modelo Semiótico.	Interés por el funcionamiento del rumor en los medios de comunicación de masas (como mediadores de la información y lugar donde las "sociedades industriales" producen nuestra realidad)	<p>Carácter "ficcional" de la comunicación social en el proceso de construcción del "imaginario colectivo":</p> <p>Modelo de simulación</p> <p>Realidad del rumor</p> <p>Niveles discursivos</p>	<p>- Concepto de "Imaginario Colectivo" (P. Ansart 1977): conjunto de evidencias implícitas de las normas y valores que garantizan la renovación de las relaciones sociales / conjunto coordinado de representaciones a través de las cuales se reproduce la sociedad, y que ..... designa al propio grupo, distribuye identidad y roles, expresa las necesidades colectivas y los fines que hay que alcanzar.</p> <p>- D. Ducrot: "lo <u>implícito</u>, que en sus dos dimensiones, lo <u>sobreentendido</u> y la <u>insinuación</u>, permite decir algo sin aceptar por ello la responsabilidad de haberlo dicho, lo cual equivale a beneficiarse a la vez de la eficacia de la palabra y de la inocencia del silencio".</p> <p>- Barthes: "se toma por realidad lo que no es -en realidad- sino un efecto de realidad".</p> <p>Ejemplo de multiplicación del rumor en situación de crisis política en el que los medios de comunicación actúan como <u>operadores míticos</u> (el discurso de los medios de comunicación hace existir el acontecimiento a la vez que lo enuncia, y ese enunciado determina la calificación y consistencia del acontecimiento).</p> <p>Modo de producir efectos de realidad que pueden entrar en competencia con la propia realidad y sustituirla.</p> <p>Eliseo Verón: "los acontecimientos sociales no son objetos acabados que se pueden encontrar en algún lugar de la realidad. Sólo existen en la medida en que aquellos los modelan".</p> <p>Tiene tanta como un acontecimiento realizado y atestiguado.</p> <p>1.- El propiamente informativo (rumor vs. noticia) que denigra al rumor todo estatus de referente periodístico.</p> <p>2.- Nivel extra-informativo; reconocimiento de la incidencia del rumor sobre el mundo de la información (reconocimiento del "off the record").</p> <p>3.- El nivel ético que justifica la desinformación.</p>

### II.7.5. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LAS TEORÍAS SOCIOLOGICAS

AUTORES	CONTEXTO	MOTIVACIÓN PARA SU ESTUDIO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Tamotsu Shibutani	Sociólogo EEUU años 60	Interés por el rumor como noticia sobre acontecimientos	Definición  Función  Origen  Evolución del contenido del rumor	Noticia improvisada surgida de un proceso de discusión colectiva que trataba de dar sentido a unos hechos no explicados (acontecimientos importantes y ambiguos).  Proporcionar información en situaciones que demanden acción (menos en casos de confusión general)  Surgen en cualquier situación en la que la demanda de información excede a la oferta de las actividades, por la censura, crisis, incertidumbre y amenaza.  No se explica por las distorsiones de la memoria, sino según la evolución y la aportación de comentarios hechos a lo largo de todo el proceso del rumor.
Peter L. Berger	Sociólogo norteamericano (1975)	Interés por el pensamiento teológico en nuestra sociedad actual	Estudio de la concepción del mundo y su relación con la Estructura de Plausibilidad	Elementos que la constituyen: · Seres humanos · Red de diálogos (explícito e implícito) por los que los habitantes mantienen en pie la realidad. · Medios terapéuticos y rituales · Legitimaciones que los acompañan.  El hombre de hoy vive en una pluralidad de mundos en los que tiene que aceptar y seguir estructuras de plausibilidad contradictorias y conflictivas
Tom Harrison, Humphrey Jennings y Charles Madge	Gran Bretaña Finales '30-'40	La investigación de la opinión pública a través de la consulta a gente corriente	Método de investigación "Mass-Observation"	El rumor como elemento predominante en la vida popular

**CAPÍTULO III.- DEFINICIÓN DE UNIDADES CONCEPTUALES  
QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA  
COMPRENSIÓN DEL  
RUMOR**

---



### **CAPÍTULO III.- DEFINICIÓN DE UNIDADES CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR\_\_\_\_\_**

A partir de la investigación concretada en el anterior capítulo debemos resaltar un aspecto fundamental que se refiere a la necesidad de determinar los conceptos -o mejor, unidades conceptuales- que subyacen a ciertas perspectivas y que afectan de modo ineludible a la comprensión del rumor. A nuestro juicio, el rumor puede llegar a comprenderse mejor si se analizan **estas unidades conceptuales estudiadas desde diferentes disciplinas**, que puedan servir de puente para entender el contexto en el que nace y se desarrolla un rumor.

Por todo ello vamos a realizar en este capítulo un repaso de aquellos conceptos que hemos considerado de interés desde los diferentes campos científicos en los que éstos se han desarrollado. De forma similar a como hemos estructurado el capítulo anterior, vamos a determinar en cada contexto disciplinar aquellas unidades conceptuales que, en nuestra opinión, sirven para definir mejor la noción de rumor. Los seis primeros apartados corresponden al estudio de las diferentes unidades conceptuales analizadas por la Psicología, la Teoría de la Comunicación, la Historia de la Comunicación, la Sociología, la Sociolingüística y la Semiología, mientras el séptimo recogerá la síntesis de todos ellos a partir de unos cuadros diseñados para tal fin.

### III.1.- EN LA PSICOLOGÍA

---

#### III.1.1.- El estudio de la Comunicación Persuasiva

La evolución que ha experimentado la aplicación de la psicología a la comunicación empresarial ha sido analizada en profundidad por el Dr. Francisco Carrera Villar. A continuación vamos a sintetizar las fases que él establece en esta evolución, para después centrarnos en los conceptos relacionados con la comunicación persuasiva, que consideramos de interés para esta Tesis (F. Carrera Villar, 1986-87).

**\*      Finales del s. XIX: Psicología Aplicada: Psicotécnia**

La Psicología que se aplicó en el estudio de la comunicación empresarial e industrial se centró en tres áreas que estudiaban:

- La adaptación del hombre al trabajo (selección profesional).
- La adaptación del trabajo al hombre.
- La aplicación comercial: publicidad (Método AIDA de Moles)

**\*      Hasta finales de la II Guerra Mundial (años 50):** se caracterizó por una gran diversificación en los estudios.

\* **Desde mediados de los 60 hasta mediados de los 70:**

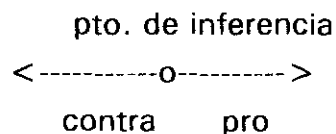
La comunicación empresarial fue estudiada con un tratamiento multidisciplinar por las Ciencias de la Conducta:

- La Psicología.
- La Psicología Social: estudio de la conducta del individuo en el grupo.
- La Antropología.
- La Sociología: estudio de la conducta humana como grupos.

En esta etapa **Klapper** destacó por sus estudios sobre los efectos de las comunicaciones de masas en los años 50 y 60 y, muy en especial, por sus teorías sobre la **comunicación persuasiva de masas**. Este investigador aportó los siguientes conceptos sobre la **comunicación persuasiva**: en la comunicación persuasiva hay que actuar sobre las diferentes variables comunicativas y extracomunicativas que causan los efectos:

- Predisposiciones.
- Actitudes.

Partiendo del esquema siguiente, Klapper explica el proceso de la persuasión:



Las Predisposiciones y actitudes pueden reforzarse (en primer lugar), cambiar de intensidad -cambio menor- (en segundo lugar) y convertirse -cambio mayor o de sentido- (en tercer lugar).

**\* Desde mediados de los 70 hasta 1975: psicología de la publicidad**

Aunque la aplicación de la psicología a la publicidad no es el tema central de nuestra Tesis, se recogen en este apartado los conceptos que más nos interesan: **la explicación psicológica de la conducta y la comunicación persuasiva**. Aunque F. Carrera Villar se refiere a la explicación psicológica de la conducta del consumidor y a la comunicación persuasiva de masas, recogemos sus principales aportaciones por considerarlas aplicables a la psicología de la conducta y a la comunicación persuasiva en general:

***Explicación Psicológica de la Conducta (del consumidor)***

Antes de analizar los determinantes psicológicos de la Conducta, F. Carrera Villar nos recuerda los determinantes de la Conducta:

a) Psicológicos: todos ellos son factores individuales:

- Cognición.

231

- Percepción.
- Aprendizaje.
- Personalidad.
- **Motivación (Psicología general)**
- **Actitudes (Psicología social)**

b) Factores sociales.

c) Factores socio-culturales.

De los factores psicológicos señalados, ampliaremos los dos últimos:

### **1) Teoría de la Motivación:**

La Teoría de la Motivación queda esquematizada perfectamente en el siguiente cuadro, que distingue dos posibles estados:

Estado- >	Estado Transitorio de Motivación ACTIVACION (Estar)	Disposición Motivacional Permanente DIRECCION HACIA METAS Y OBJETIVOS (Orientación selectiva) (Ser)
Autores ↓		
Hilgard	Motivo suscitado (activado)	Disposición Motivacional
Atckinson Mc Lelan	Motivación	Motivo

**La disposición motivacional permanente** que, como señala F. Carrera Villar, nos permitirá hacer predicciones y controlar conductas, recibirá por ello nuestra atención.

**Allport** establece como unidades explicativas de la conducta las siguientes:

1. Bloque fundamental	2. Bloque complementario
- Instintos	- Impulsos ("drives")
- Hábitos - Actitudes - Sentimientos - Simplemente, "motivos"	- Appetitos - Deseos - Necesidades

F. Carrera Villar ordenó estas unidades explicativas en un cuadro, distinguiendo las que son **fundamentalmente heredadas** de las que son **fundamentalmente adquiridas**.

El cuadro de las "**disposiciones motivacionales**" quedó de la siguiente forma -la tercera columna se añade a título informativo, ya que el autor hace coincidir el estudio de cada una de estas unidades con las diferentes fases de la investigación de la conducta del consumidor y de la publicidad, desde la Psicología:

D.M. fundamental- mente heredadas	D.M. fundamental- mente adquiridas	Etapas Psicología Consumi.- Public.
Instinto (McDougall)	Sentimiento (actitud)	1a. fase: Instintivista (fin.s.XIX-pr. XX)
Instinto (Freud) "Drive" = impulso instintivo	Catexia (cantidad de afecto)	3a. fase: Instintivismo freudiano (1945-1960)
Impulso/nece- sidad. Deseo (apetito)	Habito (aprendizaje)	2a. fase: Conductista- Neoconductista Mecanicista (Princ. 20-fin, II G,Mundial, 1945)
Ergios (Catell) (necesidades, impulsos)	Imagen Actitud Intención	4a. fase: Modelo secuencial de los efectos: Imagen, Actitud, Intención, Conducta (*). (60 hasta hoy).

(\*) se consideran a los **objetivos, efectos pretendidos.**



**2) Comunicación persuasiva (de masas):**

La definición de F. Carrera Villar es la siguiente:

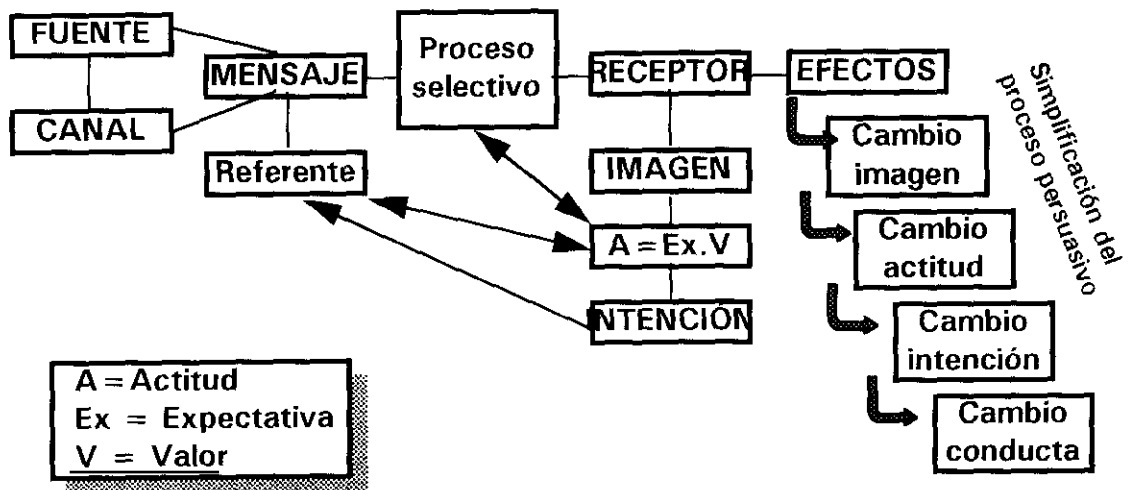
" Comunicación en la que la fuente intenta cambiar -generación de creencias y actitudes, refuerzo de las ya existentes y cambio (conversión)- creencias, actitudes y conductas o acciones, de sus receptores (decisores), (a través de los Mass-Media).

Este investigador afirmó que esta teoría Psicológico-Social de la Comunicación persuasiva de masas, aplicada al campo publicitario, es igualmente aplicable a otro tipo de comunicación: propaganda, relaciones públicas, orientación pública, etc...

Según Carrera, la nueva teoría psicológico-empírica de la comunicación persuasiva, -aplicada a la Publicidad, pero con la capacidad de hacerse extensiva a otras formas de comunicación- puede ser sintetizada en cuatro tipos de modelos:

**1) Modelo de Investigación de la Comunicación persuasiva de Masas: Harold D. Laswell.**

Este investigador de las ciencias políticas propuso a principios de los años 30 el siguiente modelo de investigación de la comunicación, que consideramos de enorme interés por abarcar de forma exhaustiva los agentes y procesos que se requieren en toda comunicación persuasiva.



2) **Modelo del receptor: motivacional o actitudinal:** su objeto de investigación es la conducta del receptor para llegar a controlarla.

En la Psicología Social se le denomina modelo **actitudinal** y trata de medir la actitud del receptor hacia el referente del mensaje, según la siguiente fórmula:

$$\text{Actitud} = \text{Expectativa} \times \text{Valor}.$$

3) **Modelo secuencial de los efectos:** con la doble cara del estudio de objetivos comunicativo-persuasivos y de la eficacia persuasiva.

Este modelo de los efectos ha evolucionado a lo largo del tiempo: en el siglo XIX se sintetizó en el modelo AIDA; en la fase conductista, se hablaba de necesidad, impulso e incentivo; y a finales de los años 60 y principios de los 70, se adoptó el **Modelo Secuencial de los Efectos** ya citado: **Imagen-Actitud-Intención-Conducta**.

4) **Modelo Estratégico-Persuasivo:** sobre la base de la teoría actitudinal, este modelo se centraba en el **cambio de actitud**, es decir, en el cambio de:

- Expectativas.

- Valores.
- y de Expectativas y Valores.

Entre los investigadores que aplicaron Modelos Actitudinales, destaca el teórico de la adicción **Fishbein**, que propuso en 1972 la siguiente fórmula explicativa de la actitud:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \times e_i$$

En la que:  $A_o$  = Actitud hacia un objeto.  
 $n$  = número de creencias sobre el objeto.  
 $b_i$  = creencias ("believe")  
 $e_i$  = evaluaciones ("evaluations")

F. Carrera Villar se cuestiona la aplicación de este modelo actitudinal como modelo estratégico comunicativo-persuasivo, y lo resuelve de la siguiente forma:

Si se pretende persuadir, es decir, modificar - generar, reforzar y modificar- las actitudes de un determinado grupo (de consumidores) habrá que:

- > modificar las creencias.
- > modificar las evaluaciones.
- > o modificar las dos, creencias y evaluaciones: atribuyendo una nueva característica o creencia y valorándola positivamente.

Por último, entre las razones que F. Carrera Villar propone para considerar la Publicidad más eficaz desde el punto de vista persuasivo que otro tipo de comunicaciones, hemos encontrado la siguiente:

*"La combinación más eficaz es la publicidad más la comunicación mercadotécnica de indole interpersonal"*

De sus palabras se deduce la eficacia persuasiva que la comunicación **interpersonal** otorga a cualquier otra comunicación de masas.

### **III.1.2.- La "Percepción de la realidad"**

La percepción de la realidad adquiere interés para este proyecto de investigación por considerarse el proceso del que parte cualquier comunicación humana. La necesidad de percibir del hombre, ya lo decía Aristóteles, viene de su clara tendencia natural a saber más.

En palabras del psicólogo español José Luis Pinillos (Pinillos, J.L., 1991: 117-120),

"El hombre no siempre percibe las cosas tal y como son...Las ilusiones perceptivas, ópticas, táctiles o auditivas nos muestran de forma palmaria que nuestra percepción de la realidad no es siempre fidedigna...El hombre no ve las cosas tales y como son en sí mismas, sino tal y como son para él...Decía un viejo sofista griego, Protágoras de Abdera, que el hombre es la medida de todas las cosas, de las que son y de las que no son."

Pinillos muestra de esta forma que el proceso denominado percepción posee un significado psicológico que se explica de la siguiente forma. Los mecanismos de la "atención" filtran la información que nos llega reforzando algunos de sus aspectos e ignorando o minimizando otros. Esta organización perceptiva se rige por una serie de Leyes entre las que destacan las que facilitan que las figuras tiendan a cerrarse, a ser simétricas y a eliminar detalles innecesarios.

Junto a estas leyes también cabe citar la de la constancia perceptiva por la que se rigen las propias cámaras fotográficas.

La experiencia acumulada influye también en este filtro de la atención porque percibimos no sólo lo que vemos u oímos, sino lo que esperamos ver u oír. El proceso de la percepción falsea los datos de los sentidos, como dice Pinillos, "justamente para ser más verídicos que ellos" (Pinillos, J.L., 1991: 124).

Así es como la mente humana funciona como una totalidad y no son los sentidos, sino el sujeto quien percibe la realidad.

La percepción es constructiva y no un mero reflejo de lo que está en el exterior.

**La Escuela de la "Gestalt"** (o de la forma), después de numerosas investigaciones concluye que toda experiencia visual se nos articula espontáneamente en forma de **fondo y figura**. Según las Leyes de Agrupación de Estímulos ciertas condiciones exteriores contribuyen a que determinados

conjuntos de estímulos adquieran preferentemente el aspecto de figuras. Veamos en que consisten:

- 1) A igualdad de circunstancias, los estímulos más próximos tienden a percibirse como formando parte del mismo objeto.
- 2) A igualdad de circunstancias, los estímulos semejantes tienden a percibirse como formando parte del mismo objeto.
- 3) Tendemos a buscar la continuidad en los estímulos.
- 4) Tendemos a cerrar las figuras para que alcancen una buena organización y estabilidad.

Además de considerar esta percepción de formas, la personalidad del individuo influye de manera compleja y variada en este proceso. Incluso, afirma Pinillos, los estudiosos de la Psicología Social han demostrado tras numerosas investigaciones que las convicciones políticas y el nivel económico, influyen en alto grado en la percepción de símbolos y personas. Sus investigaciones también han demostrado hasta qué punto la presión social de un grupo puede distorsionar la percepción de una realidad física obvia.

### III.1.3.- Los procesos psicológicos en la Interacción

Amando de Miguel, aunque emprende su estudio de la interacción desde la Sociología, recoge también la secuencia de procesos psicológicos que Goffman propone (A. de Miguel, 1969: 106-115):

1- En primer lugar, se produce la **comunicación en su doble vertiente: la expresión corporal**, al principio, y **la conversación posterior**, que produce la presentación y el intercambio informativo.

2- En segundo lugar, se inicia la **participación**, que puede ser **principal** -típico de nuestro trabajo, ceremonias, etc...- y **relajante** -momentos de asueto o camaradería-.

3- Con la participación aparecen lazos afectivos y surgen los sentimientos y **la simpatía**.

4- A continuación, A. de Miguel menciona el concepto **Ambivalencia** que estudiaron Robert Merton y Elinor Barber. Este término se refiere a la tendencia de los individuos a escoger direcciones psicológicamente opuestas en relación con la misma persona (como amor-odio; aceptación-rechazo; afirmación-negación).

Este concepto llega a determinar, según estos autores, lo trascendente en nuestra vida, que son aquellas personas que por amarlas u odiarlas, las consideramos importantes.



5- El **Proceso de Atracción Mutua** se deriva de los dos anteriores: la simpatía y la ambivalencia presuponen un cierto grado de atracción mutua entre personas que interactúan.

6- Por último, se produce la **confianza en los demás**. La confianza ha sido estudiada por Simmel y sus principales conclusiones han sido: a medida que las relaciones se van complicando, esta confianza se torna más necesaria.

El sociólogo español Amando de Miguel, otorga a este concepto de la confianza una interesante característica de la sociedad española (A. de Miguel, 1969: 115): la consideración de la "mentira" como "pecado venial", lo que provoca una desconfianza hacia los otros que impregna la sabiduría popular (el autor cita dos refranes que lo ilustran "No te fíes ni de tu padre" y "Piensa mal y acertarás").

#### **III.1.4.- El Testimonio.**

El testimonio o el resultado del "informador como informante" ha sido tratado por diversos investigadores (Allport G.W. y Leo Postman, 1967: 66-77):

\* Para **Whipple** el informe del testimonio es resultado de los procesos de:

- la percepción. Estos son recogidos por la Psicología de la sensación, atención y apercepción.
- la retención y el recuerdo: Psicología de la memoria.
- las manifestaciones verbales: Psicología del lenguaje y la expresión.
- numerosos factores subjetivos<sup>27</sup>, tendencias temperamentales, sentimientos, etc...

\* **Binet** fue uno de los pioneros (1900) empleando el test pictórico para investigar la fiabilidad del testimonio en la descripción de lo observado. En la época en la que Binet y Stern (1900-1902) realizaron sus investigaciones sobre el testimonio se utilizaban dos métodos:

- a) la narración libre dada por el sujeto sin ningún tipo de ayuda, ni guía, ni interrupciones.
- b) el interrogatorio que consistía en preguntas preparadas que abarcaban todos los detalles del estímulo. Este método tenía como principal peligro la posible desviación en las contestaciones provocada por las sugerencias involuntarias.

---

<sup>27</sup> Los factores subjetivos conforman la **opinión**, que es la **expresión verbalizada de las creencias, actitudes y valores del individuo**.

\* **Guillermo Stern.** Este investigador utilizó para el estudio del testimonio tests pictóricos y hechos reales escenificados. De sus trabajos en 1938 descubre los siguientes factores capaces de afectar la información imparcial del testigo ocular:

- las primeras omisiones surgen durante la percepción original del episodio. El individuo percibe el mundo tamizado por su cosmovisión.

- este observador suele retener lo más interesante para él y olvidar los detalles sin importancia y periféricos del tema central.

- con el tiempo, su información se torna más imprecisa y alterada, sobre todo si se le somete a interrogatorio -en el relato espontáneo escoge los detalles que destacan más claramente en su memoria.

- cuando se le pregunta sobre detalles que no concuerdan bien, se deja influir por las insinuaciones que las preguntas le sugieran.

- algunos sujetos mezclan en el relato de la escena otras vivencias parecidas pasadas. Estas personas cuentan con una organización temporal deficiente en su conciencia del pasado.

- los aspectos poco familiares para el sujeto suelen reinterpretarse para acomodarlos a lo que el sujeto está acostumbrado a entender y vivir, o ser exagerados hasta convertirse en lo más importante del informe.

- en el informe verbal entran otros principios de desfiguración: al emplear palabras en la descripción se atribuye a la reviviscencia una forma más definida que la poseída por el recuerdo no "verbalizado"; la verbalización del recuerdo *está condicionada por la riqueza del vocabulario, la inteligencia y los hábitos de expresión oral.*

\* **Barlett (1932):** su mayor aportación fue la distinción de los tres pasos psicológicos que tienen lugar en el testimonio: **percibir, recordar e informar**. Estos pasos no son rígidamente demarcables ya que lo que se percibe está influido por lo que se recuerda, y el acto de recordar depende de la percepción y de las palabras con las cuales se fija la situación en nuestra mente -a su vez, el olvido de detalles tiene lugar por el procedimiento selectivo de la memoria y las desfiguraciones subjetivas que cambian inevitablemente los valores de poco menos que todos los acontecimientos del mundo exterior-. El acto de informar está en función de las dos fases previas así como del contexto social donde éste tiene lugar. La forma del testimonio dependerá finalmente del vocabulario del sujeto y de sus propósitos.

De sus estudios se extraen las siguientes conclusiones (Musitu, G., 1978: 13):

- el carácter dinámico de la memoria: los recuerdos no son estables, se modifican con el tiempo una vez percibidos.
- la función constructiva del recuerdo: las actitudes, las expectativas y las nuevas vivencias del individuo pueden modificar sus recuerdos -no sólo realiza una función reproductiva-.
- en la evocación, el material recordado se transforma de acuerdo con el interés personal del sujeto. Su afán de explicación le lleva a configurar sus experiencias de acuerdo con sus valores.
- no suele existir elaboración, sino más bien esquematización y simplificación.

\* **Gonzalo Musitu** realiza un recorrido por las diferentes teorías aportadas por los anteriores autores y cita los procesos implicados en el testimonio que dan una configuración personal al testimonio de cada sujeto: percepción (sensación, expresión), evocación (retención, recuerdo), verbalización (lenguaje, expresión), y subjetivación (sentimientos, emociones) (Musitu, G., 1978: 12-13).

### III.1.5.- La Cultura.

Aunque este concepto también es estudiado desde la Sociología -en el capítulo IV nos detendremos en la noción de "Cultura de la Organización"-, expondremos en este apartado las principales aportaciones del Dr. en Filosofía y Psicólogo español de reconocida fama José Luis Pinillos.

Los orígenes de la cultura nos remontan a las formas de vida de precultura o cuasicultura de los primeros homínidos, cuyas características seguramente se prolongarían hasta la cultura arcaica del "Homo habilis" del Paleolítico inferior. Con el desarrollo del lenguaje el hombre amplió sus fines biológicos de pura supervivencia con valores religiosos y artísticos totalmente desconocidos en el mundo animal. Como señala Pinillos, el hombre empezó a enterrar a sus muertos de acuerdo con normas de su "propia cosecha", se comenzó a adornar el cuerpo y se dedicó a decorar sus cavernas.

Este proceso de humanización, en opinión de Pinillos, no es ya de "índole biológica, sino histórica" (Pinillos, J.L., 1991: 39). De hecho, la cultura es el modo de vivir que el hombre adquiere y transmite en el transcurso de la Historia.

La cultura es, por lo tanto, lo que nos separa de todas las demás especies. La **definición del término "cultura"** que aporta este psicólogo español es la siguiente (Pinillos, J.L., 1991: 42):

*Podemos definirla como el estilo y los medios de vida propios de toda sociedad humana. Es, por lo tanto, el sistema de valores y metas vigentes en toda comunidad humana, a cuyo servicio se hallan las técnicas materiales... La cultura es pues, el contenido del comportamiento humano en cuanto tal...es una creación humana que regula la propia vida del hombre y la potencia.*

Este investigador español distingue la "cultura" de la "civilización" por los aspectos espirituales o materiales que contenga. En el primer caso, la cultura engloba el arte, las ideas, los valores científicos, morales y religiosos.... En definitiva, la cultura se asimila al mundo de la libertad y el espíritu. La civilización, por el contrario, atiende a los aspectos únicamente materiales. En cuanto a **las clases de cultura** establecidas por este autor, cabe mencionar:

\* La cultura manifiesta:

- Material (Civilización): técnica y productos industriales.
- Espiritual (Kultur): espíritu objetivo: creencia, arte, literatura, derecho, etc...
- Comportamental: usos y pautas externas de comportamientos, modas, etc...

\* La cultura interior:

- Vivencias subjetivamente estimadas.
- Vivencias habituales, encubiertas...
- Creencias íntimas.
- Pautas interiorizadas.

No se puede hablar de cultura en singular. La cultura es, precisamente, lo que nos separa y enfrenta a unos hombres con otros. Estas diferencias culturales enriquecen el patrimonio espiritual y material de la humanidad con aportaciones diferentes. Tan diferentes a veces, que consiguen enfrentar unos valores con otros provocando luchas fratricidas casi desconocidas en el resto de la Naturaleza.

Tras estas aclaraciones preliminares, Pinillos centra su atención en los **aspectos psicológicos** del concepto de cultura, afirmando (Pinillos J.L., 1991: 48):

"La hominización biológica se continuaría así con una humanización histórica de la cual el proceso cultural constituiría la cara exterior, y la evolución psíquica, su dimensión interna y creadora".

Un ejemplo extremo de la influencia psicológica que puede despertar en un individuo un determinado valor cultural es el que cita en su obra Pinillos y se reproduce a continuación (Pinillos, J.L., 1991: 51): la muerte "Vudú".

"Un distinguido psicofisiólogo norteamericano, Walter B. Canon, ha estudiado las condiciones psicosociales que desencadenan el proceso de embrujo y la naturaleza psicofisiológica de éste.

El maleficio, en verdad, puede matar sin tocar materialmente al embrujado: basta con que éste se entere y lo sepa el resto de la Comunidad... El embrujado, pues, se queda a solas con su agonía mental, desconectado de todos los apoyos sociales que podrían ayudarle a superar la crisis. Tal radical creencia desencadena, como decíamos, una terrible crisis de ansiedad que, fisiológicamente hablando, se traduce en profundas alteraciones viscerales y humorales. El maleficio, reforzado por el aislamiento social y por las



historias de horror que el embrujado ha oído contar desde niño, actúa como un poderoso estímulo condicionado capaz de producir una muerte sin lesión, debida al miedo".

En la sociedad actual, pueden encontrarse vestigios de este tipo de "muerte vudú" cada vez que un individuo de nuestra sociedad, ambiciosa por excelencia, sufre un ataque cardíaco por miedo al fracaso. Con el ejemplo anterior, José Luis Pinillos trata de poner en evidencia la indisoluble interdependencia que existe entre la mente del hombre y su entorno social. En palabras de Ortega y Gasset "Yo soy yo y mis circunstancias".

En ese sentido, este psicólogo considera imprescindible para el buen desarrollo del individuo una buena construcción genética hereditaria y cualidades adquiridas en un adecuado ambiente educativo.

### **III.1.6.- Intereses vitales.**

Los que más nos interesa de los intereses vitales es su carácter dinámico a lo largo de la vida del individuo. Esta evolución queda suficientemente explicada con los esquemas que José Luis Pinillos recoge de Marta Moers (1953) en su obra "La Mente Humana". Esta investigadora distingue los impulsos de tipo instintivo de las tendencias autoafirmativas y los intereses materiales frente a los espirituales.

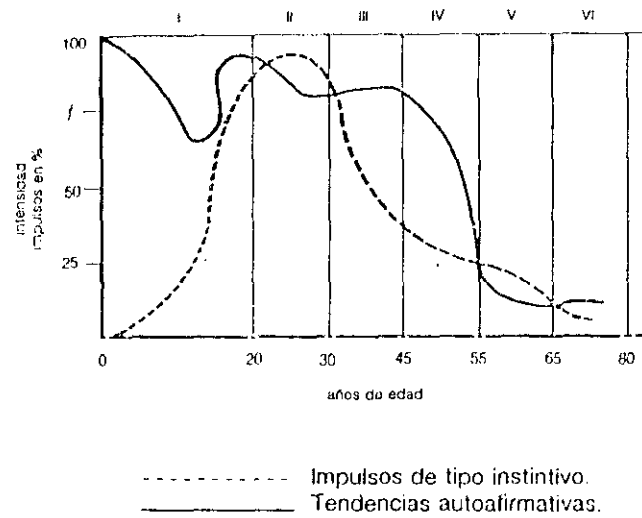


FIG. 3.—Evolución de los intereses vitales en función de las edades del hombre (según Marta Moers, 1953).

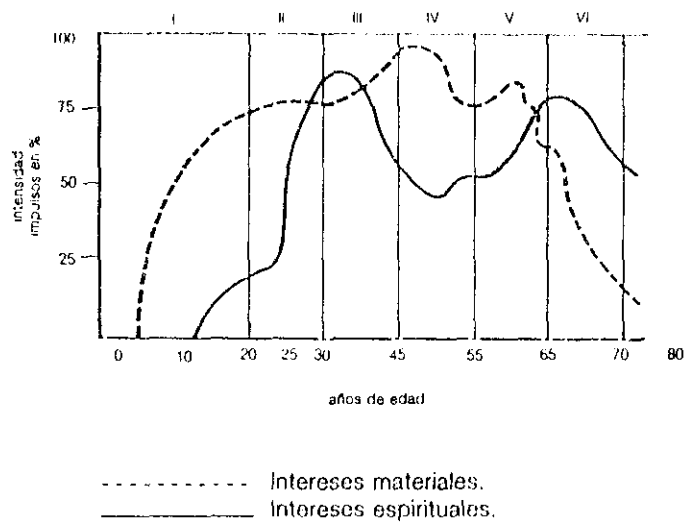


FIG. 4.—Evolución de los intereses vitales en función de las edades del hombre (según Marta Moers, 1953).

### III.1.7.- El Prejuicio.

**En 1954 Gordon W. Allport** publica en Massachusetts su obra "The Nature of Prejudice" -La Naturaleza del Prejuicio- en la que expone sus conclusiones respecto al desarrollo del prejuicio en el medio social norteamericano.

A pesar de que las formas en las que el prejuicio se manifiesta varían considerablemente en cada país, de que las víctimas definidas no son las mismas, de que difieren las actitudes respecto del contacto físico con los grupos menospreciados, y las acusaciones y estereotipos son distintas, el autor considera que sus estudios tienen "validez universal" desde el momento en que las causas y "correlatos básicos" son esencialmente idénticos.

Para entender mejor el concepto "Prejuicio", queremos recordar las palabras que Allport recogió de Charles Lamb (Allport, G.W., 1962: 17):

"Yo, por mi parte, ligado como estoy a la tierra y encadenado al escenario de mis actividades, confieso sentir las diferencias humanas, nacionales e individuales...En palabras más llanas, soy un manojo de prejuicios (hecho de preferencias y aversiones), verdadero esclavo de simpatías, apatías y antipatías".

De las definiciones que cita Allport hemos seleccionado las que a nuestro juicio aportan más al estudio del rumor:

-> New English Dictionary (Allport G.W., 1962: 21): el prejuicio es "un sentimiento favorable o desfavorable con respecto a una persona o cosa, anterior a una experiencia real o no basado en ella".

Otro sentido del término es "juicio inmotivado. Cuando no se fundamenta en hechos"...

-> "Estar seguro de algo que no se sabe" (esa persona, afirma el autor, "recurre a una escogida selección de unos pocos recuerdos personales, los mezcla con rumores y generaliza en exceso").

En cuanto al proceso de creación de prejuicios, la **categorización** y las **generalizaciones** son el inicio de éstos. El enjuiciamiento previo resultante de ellas se convertirá en prejuicio si se resiste activamente a toda evidencia que pueda perturbarlo. Por lo tanto, en todo prejuicio encontramos:

- Una **actitud favorable o desfavorable**.
- Vinculada a una **creencia** excesivamente generalizada.

**El Proceso de Categorización** tiene las siguientes características, según Allport:

- Mediante este proceso, el individuo construye clases y categorías de experiencias para guiar sus ajustes diarios en su comportamiento: tipifica un hecho aislado, lo ubica en un entorno familiar y actúa en consecuencia.

- La categorización se asimila lo más posible hasta que se consigue la simplificación máxima.
- La categorización permite al individuo identificar rápidamente a un objeto por sus rasgos comunes, lo que le facilita la percepción y la conducta ante él.
- La categoría lleva unido el significado y nuestro sentimiento hacia lo percibido.
- En la mayoría de los casos, las categorías son tenazmente resistentes al cambio. Las palabras de Allport sobre este aspecto resultan de interés (Allport, G.W, 1962: 39):

"Admitimos de manera selectiva nuestra evidencia en una categoría cuando aquella nos confirma en nuestras creencias previas...Pero si encontramos evidencia contradictoria con nuestro preconcepto, lo más probable es que le ofrezcamos resistencia...Un procedimiento mental muy común que permite mantenerse aferrado a prejuicios aun frente a muchas evidencias contradictorias es la **admisión de excepciones**".

De la observación realizada en sus investigaciones Allport llega a la conclusión de que normalmente **el prejuicio se manifiesta en el trato con miembros individuales de grupos rechazados**, puesto que al pertenecer a un determinado grupo, se supone que posee las mismas cualidades atribuidas al grupo.

Este tipo de proceso cognitivo que entrelaza factores emocionales, culturales y personales, se produce de forma cotidiana ya que la mayoría de las transacciones de la vida pueden realizarse con menos esfuerzo si nos limitamos a convivir con quienes son más parecidos a nosotros desde el punto de vista social, económico y cultural. De hecho los diferentes grupos de individuos tienden a mantenerse separados por esa misma economía de esfuerzo, congenialidad y orgullo por lo propio.

De hecho, sostiene Allport, las categorías más importantes para un individuo son **sus propios valores**. La evidencia y la razón, le impulsan habitualmente a acomodarse a ellos.

Con las afirmaciones de este psicólogo norteamericano, el prejuicio se va configurando como la expresión de una reacción psicológica que se produce en el seno de **un grupo frente a otro ajeno a él**. Esos grupos han sido denominados por Allport como **"Endogrupos y Exogrupos"**. Dedicamos las siguientes líneas a desarrollar estos dos conceptos:

#### **\* La Formación de "Endogrupos"**

El significado del concepto "Endogrupos" es muy cercano a lo que los sociólogos - Sherif y Sherif, fundamentalmente- denominan "Grupos de Referencia": "aquellos grupos con los cuales el individuo se vincula como parte, o a los cuales aspira a vincularse psicológicamente" (Allport, G.W., 1962: 54).

Sin embargo, Allport considera que el "Endogrupo" suele ser un "Grupo de Referencia" pero en cambio no todo "Grupo de Referencia" puede ser considerado "Endogrupo". El motivo de esta distinción proviene de el hecho de que algunos individuos, por necesidad o elección, se comparan constantemente con grupos que para ellos no son endogrupos. El "Endogrupo" incluye a un individuo por el mero hecho de pertenecer a él, mientras el "Grupo de Referencia" lo incluye si el individuo aprecia esa pertenencia.

E.S.Bogardus establece precisamente en estos términos la "distancia social" que es la que diferencia al "endogrupo" del "grupo de referencia". Esta distancia social marca el grado de aceptación -cercano o lejano- de otros grupos. En la siguiente afirmación de Bogardus queda explicado este concepto:

"El miembro de una minoría étnica tiende a adaptar sus actitudes a las de la mayoría dominante...La mayoría dominante es para él un grupo de referencia"

El origen del "Endogrupo" en el individuo proviene desde la más tierna infancia, en la que el niño se siente "gratificado" por el hecho de ser miembro de grupos, gratificación que crea la lealtad experimentada.

Cada individuo del "endogrupo" usa el término "nosotros" con un significado esencialmente idéntico y él mismo considera qué endogrupos son importantes para él.

La formación de "endogrupos" se relaciona estrechamente con la formación de actitudes prejuiciosas. En este sentido, Allport recoge las opiniones de los Sherif (Allport, G.W., 1962: 57):

"no son factores aislados los que conducen a los individuos a la formación de actitudes prejuiciosas...La formación de esas actitudes está funcionalmente ligada al proceso por el que se llega a ser miembro del grupo, adaptando al grupo y sus valores como principal referencia para la regulación de la experiencia y la conducta".

El prejuicio acaba así siendo una norma del grupo aunque tampoco puede considerarse un fenómeno exclusivamente masivo puesto que también influye la formación recibida por el individuo y el propio desarrollo de la personalidad individual.

De las afirmaciones anteriores Allport infiere que en la actuación sobre el prejuicio, es más fácil cambiar las actitudes del grupo que las actitudes individuales. Este psicólogo norteamericano opina que trabajando con los líderes de ese grupo se pueden llegar a crear nuevas normas, que posteriormente asumirían los individuos del grupo



adaptándose progresivamente a ellas.

Por último cabe señalar que nuestros propios "endogrupos" sólo pueden ser percibidos por nosotros mismos por contraste con los "exogrupos". Incluso, Allport llega a afirmar que la hostilidad contra esos "exogrupos" ayuda a fortalecer nuestra pertenencia a determinado "endogrupo". Lo describe muy bien con estas palabras (Allport, G.W., 1962: 59):

"A causa de su importancia básica para nuestra supervivencia y autoestima, tendemos a desarrollar algún grado de parcialidad y etnocentrismo con respecto a nuestros endogrupos".

#### \* El Rechazo de "Exogrupos"

En realidad, lo que más nos interesa del Capítulo que Allport dedica a los "Exogrupos" es el concepto de "**Rechazo**". En principio, establece cinco tipos de conducta rechazante:

- 1) Rechazo Verbal.
- 2) Evitar el contacto.
- 3) Discriminación.
- 4) Ataque físico.
- 5) Exterminio.

De todas ellas, la que más nos interesa es el rechazo verbal<sup>28</sup> que desde su forma más ligera -como puede ser una murmuración trivial- revela tres procesos psicológicos ya tratados en el capítulo 2:

- Intromisión de un prejuicio en la conversación, que produce una "placentera catarsis" al individuo que la inicia.
- Para consolidar su "endogrupo" nombra y menosprecia a un "exogrupo".
- Ambos interlocutores reflejan las actitudes de su clase.

Una vez conocidos los conceptos de "endogrupo" y "exogrupo", podemos hablar de las **víctimas de este tipo de proceso que denominamos prejuicio**. Allport define como principales rasgos del comportamiento de este tipo de víctimas a los siguientes -en general son considerados procesos básicos de defensa del "yo"-:

- Preocupación obsesiva, que provoca en la víctima una actitud agresiva, desafiante y de desconfianza.

---

<sup>28</sup> En el capítulo anterior nº II se ha tratado la relación directa que Allport establece entre el Rechazo Verbal y el Rumor.

- Negación del carácter de "miembro" del grupo. Este tipo de negaciones deliberadas de la pertenencia a un grupo no siempre son fácilmente distinguibles de las adaptaciones que el individuo suele hacer de acuerdo con las prácticas de la mayoría dominante.
- Apartamiento y pasividad, que puede acabar derivando en adulación y servilismo. Es habitual que algunas víctimas del prejuicio, en presencia de individuos del grupo dominante, traten de hacer desaparecer su propia personalidad.
- En unos casos se produce el refuerzo de los vínculos endogrupales para aliviar el sufrimiento de esas víctimas, mediante el refuerzo de la asociación entre las personas que sufren por la misma razón. Esos individuos tratan de encontrar protección en la unión de fuerzas. Al final, esa víctima del prejuicio, se vuelve prejuicioso a favor de sus miembros.
- Otro comportamiento es la predisposición de la víctima a desarrollar compasión hacia esos exogrupos.
- En otros casos aparece en la víctima una actitud traicionera como medio de obtener venganza.
- Otras veces, la víctima se acaba identificando con el grupo dominante, aunque esté excluido.
- También se puede producir un autoaborrecimiento y sentimiento de vergüenza.

G. Allport añade a este análisis de la víctima del prejuicio una afirmación que nos invita a la reflexión (Allport, G.W., 1962: 180):

"Lo que la gente piensa de nosotros determinará en cierto grado lo que somos"

En el estudio del Prejuicio es obligado analizar el concepto de **"Estereotipo"** que Allport define como la creencia exagerada que está asociada a una categoría. Su función es justificar y racionalizar nuestra conducta en relación con esa categoría. De hecho, afirma Allport, el "estereotipo" está sostenido por la percepción y el olvido selectivos.

Otro concepto que consideramos de interés por su aportación a la figura de la víctima del prejuicio es el que Allport recuerda como **"Chivo Emisario"** (también denominado "chivo expiatorio").

**Las minorías**, que en principio son simplemente grupos más pequeños que otros, pueden estar acompañadas de connotaciones psicológicas si el grupo dominante tiene ideas estereotipadas acerca de este sector de la población más pequeño, que guarda características propias. En el cuadro siguiente Allport sintetiza estos conceptos de Minoría estadística y psicológica (Allport G.W., 1962: 270).

## MINORÍAS ESTADÍSTICAS

Simple minorías actuariales	Minorías psicológicas	
Designadas como minorías para ciertos fines pero nunca objeto de prejuicios	Víctimas de un descrédito y discriminación moderados	"Chivos emisarios" (fuerte hostilidad)

El concepto de "Chivo emisario" (preferimos decir "Chivo Expiatorio") tiene su origen en el ritual de los hebreos descrito en el Libro del Levítico. El Día del Perdón, el Sumo sacerdote elegía un macho cabrío, pasaba las manos sobre él y los pecados del pueblo se transferían simbólicamente a la bestia, dejando al pueblo libre de culpas. Allport recuerda que desde los tiempos más antiguos la noción de que la culpa y desventura puede ser desplazada de las "espaldas" de un hombre a las de otro, conforma actitudes que actualmente denominamos de **proyección**.

Actualmente, también se encuentran diferentes grupos señalados por distintas razones como "chivos emisarios" que cargan con culpas de todo tipo, encauzadas a través del proceso de categorización anteriormente analizado.

Una vez analizada "la víctima", Allport estudia con detenimiento **los efectos del contacto** que nos aportará sistematización en el conjunto de variables que lo determinan. El autor advierte que no considera exhaustiva esta lista (Allport, G.W., 1962: 290-291):

-> Aspectos cuantitativos del contacto:

- Frecuencia.
- Duración.
- Número de personas involucradas.
- Variedad.

-> Aspectos vinculados con el estatus:

- El miembro de la minoría tiene un estatus inferior.
- El miembro de la minoría tiene igual estatus.
- El miembro de la minoría tiene estatus superior.
- El grupo, como conjunto, puede tener un estatus relativamente alto o bajo.

-> Aspectos vinculados con la función:

- Actividad competitiva o cooperativa.
- Actividad en subordinación o superioridad.

-> Atmósfera social que lo rodea:

- Prevalece la segregación o el igualitarismo.
- Contacto voluntario o involuntario.
- Contacto real o artificial.
- Contacto percibido o no en función de las relaciones intergrupales.
- Contacto típico o excepcional.
- Contacto importante e íntimo o trivial y transitorio.

-> Personalidad del individuo que experimenta el contacto:

- El nivel inicial de su prejuicio es alto, bajo o medio.
- Prejuicio superficial, conformista o profundamente enraizado en su carácter.
- Tiene en su vida seguridad o es temeroso y suspicaz.
- Cual es su experiencia previa y cual la fuerza de sus estereotipos actuales.
- Edad y nivel de educación general.
- Factores de personalidad.

-> Áreas de contacto:

- Casual.
- Residencial.
- **Ocupacional.**
- Recreativo.
- Religioso.
- Cívico y fraternal.
- Político.
- Actividad de buena voluntad intergrupala.

A continuación Allport analiza un caso con especial dedicación: **el conflicto**. Para el investigador americano esta situación se maneja psicológicamente de estas cuatro formas:

1) Con la represión, que consiste en la negación de la existencia de un problema, lo que equivale a evitar la confusión de causaría el afrontarlo.

2) La defensa mediante la racionalización: consiste en aportar evidencias a nuestro favor para afianzar los propios prejuicios y preservarlos así del conflicto con los valores éticos. Allport cita los siguientes modos de

racionalización: impresión de universalidad; devolverle la culpa al acusador; defensa por bifurcación; admisión de excepciones; demagogia...

3) El compromiso como solución parcial.

4) La integración, como auténtica solución.

Una de las mayores contribuciones de esta obra de Allport es la **síntesis realizada por él de las diferentes teorías existentes sobre el Prejuicio**, teorías que admite como válidas por considerar que todas ellas presentan algo de interés. A continuación reproducimos el cuadro que las esquematiza (Allport, G.W., 1962: 230-231):



ENFOQUE HISTÓRICO	ENFOQUE SOCIO-CULTURAL	SITUACIONAL	DINÁMICA Y ESTRUCTURA DE LA PERSONALIDAD	FENÓMENO LÓGICO	"REPUTACIÓN BIEN MERECEDA" OBJETO ESTIMULADOR
	que ayuda a explicar el conflicto entre grupos y el prejuicio	(al enfoque sociocultural se le quita la referencia histórica)	Hobbes (malos instintos del hombre)	La conducta de cada individuo se deriva de la opinión que tiene de la situación a la que hace frente	
Los antecedentes históricos nos explicaron muchas causas de los conflictos	Thomas y Znaniecki			Acto	Objeto del prejuicio
		Lilian Smith: el acento recae en las experiencias actuales		Katz-Braly Gilbert Razran	

El prejuicio, como se ha señalado anteriormente, está determinado por muy diversos **factores socioculturales** que Allport analiza con gran profundidad. En este caso, Allport se aleja de la perspectiva psicológica para retomar el punto de vista de historiadores, antropólogos y sociólogos, caracterizado por el interés por las influencias externas que moldean las actitudes del individuo. La personalidad prejuiciosa se desarrollará con mayor profusión en contextos en los que se den estas características que Allport presenta a modo de Decálogo:

- 1- Heterogeneidad de la estructura social.
- 2- Movilidad vertical: cuando una sociedad garantiza la igualdad de derechos y de oportunidades, los miembros de los grupos más bajos se ven alentados a hacer esfuerzos para alcanzar mayor estatus. La movilidad vertical provoca, por tanto, tanto incentivos para unos, como alarma para los de mayor estatus.
- 3- Rápido cambio social: en épocas de crisis parecen acelerarse los procesos prejuiciosos, precisamente por provocarse la movilidad descrita previamente.
- 4- Existencia de ignorancia y barreras contra la comunicación. Este aspecto toma suma importancia en los procesos de erradicación de prejuicios. De hecho, una mayor información sobre la que se supone "víctima" puede anular procesos de prejuiciamiento. Allport afirma que las barreras contra la comunicación fluida provocan

en gran parte de los casos la ignorancia popular, lo que convierte a los individuos en presas fáciles del **rumor, la sospecha y el estereotipo**.

Sin embargo, también hay que reconocer que también se maneja gran cantidad de información sobre las naciones a las que "odiamos".

5- Aumento del tamaño de un grupo minoritario.

6- Existencia de competencia directa y de amenazas reales.

7- La explotación detenta importantes intereses en la comunidad.

8- Regulación social de la agresión: si las costumbres que regulan la agresión son favorables al prejuicio.

9- Existencia de justificaciones tradicionales para el etnocentrismo: Allport se refiere a los recursos culturales de las naciones y organizaciones para asegurar la lealtad a su gente: el mismo idioma en el que pensamos y nos expresamos; sus éxitos son los nuestros; el recurso al pasado glorioso, etc...

10- Impedimento de asimilación y pluralismo cultural.

### **III.1.8.- La Frustración de los Deseos y los Mecanismos de Defensa.**

También en este caso nos vamos a referir a la opinión contrastada de José Luis Pinillos. En la obra citada en anteriores apartados<sup>29</sup>, Pinillos menciona la Tesis de Maslow sobre la naturaleza jerárquica que caracteriza a los deseos del hombre.

Tras las primeras necesidades fisiológicas, aparecen otras superiores, que se superponen con cierto orden jerárquico. En primer lugar surge la necesidad de seguridad; después necesitará amor y afecto; después propia estimación y estimación ajena -deseo de afirmarse frente al mundo y deseo de reputación y prestigio- ; a continuación surge la necesidad de saber; después las necesidades estéticas... y una vez cumplidos éstos, experimenta el deseo de llegar a ser lo que uno podría ser -o realizarse a sí mismo-.

Pinillos también cita a otros psicólogos interesados en estructurar las necesidades humanas - A.T. Poffenberger (1932), H.A.Murray (1938) y C.N.Allen (1941)- de los que vamos a resumir sus aportaciones (Pinillos, J.L., 1991: 178-179), dándoles, como les otorga Pinillos, un valor muy limitado:

---

<sup>29</sup> PINILLOS, José Luis. *La Mente Humana* Madrid: Ediciones Temas de Hoy S.A., 1991, (Colección Fin de Siglo). Se recogen las principales aportaciones del autor en su Capítulo VII, "Los Deseos del Hombre".

\* **A.T. Poffenberger (1932)** cita los motivos básicos del hombre en el siguiente orden:

- 1- Beber.
- 2- Comer.
- 3- Sexo.
- 4- Descanso, comodidad.
- 5- Huir del peligro.
- 6- Relaciones interpersonales.
- 7- Afirmación de sí mismo, deseo de independencia, en conflicto con el deseo de sumisión.
- 8- Paternidad-maternidad.
- 9- Juego.
- 10- Pertenencia, deseo de ser aceptado por otros, en conflicto con el deseo de soledad.
- 11- Deseo de novedad, curiosidad, en conflicto con el deseo de lo familiar.
- 12- *Propiedad, interés por coleccionar cosas.*

\* **H.A.Murray (1938)** distingue seis grupos de necesidades:

A- Necesidades asociadas con objetos inanimados: adquisitiva, instinto de propiedad, instinto de conservación, coleccionar, reparar, limpiar y preservar cosa, necesidad del orden, de organizar, de limpieza, de retener cosas que no se usan y de construir.

B- Necesidades de ambición, poder, prestigio y deseo de hacer cosas.

C- Necesidades de ejercer, resistir o fomentar el poder humano: dominio, deferencia, mimesis, autonomía, espíritu de contradicción.

D- Necesidades de causar perjuicio a uno mismo y a otros: agresión, sumisión y limitación de la vergüenza.

E- Necesidades de afecto: exclusión, protección y deseo de ser protegido.

F- Necesidades socialmente relevantes.

\* **C.N. Allen (1941)** clasifica los motivos en primarios y secundarios:

<b>Primarios</b>	<b>Secundarios</b>
Comida	Universalidad
Bebida	Salud
Comodidad personal	Eficacia
Huida del peligro	Conveniencia
Sexo	Fiabilidad
Bienestar de la familia	Economía
Aprobación social, prestigio	Belleza
Superioridad sobre otros, poder	Limpieza
Exito, superación de las dificultades	Curiosidad
Juego	Cultura

Para este Psicólogo español, lo más importante de la motivación humana se encuentra en su plasticidad y carácter creador, de forma que sus necesidades no sean simples pulsiones necesarias sino deseos sujetos, al final, a la regulación de su voluntad.

Entre los deseos y la conducta consumatoria de éstos se producen en el individuo una red complejísima de procesos anticipatorios y estimaciones que culmina en un acto que los antiguos filósofos denominaban "voluntario" y los actuales psicólogos denominan "decisión". De hecho, la libertad humana no puede considerarse pura desde el momento en que su comportamiento está condicionado por infinitos factores corporales y sociales.

Otra característica que distingue a la motivación humana, según este autor, es el hecho de que los deseos humanos presenten una insaciabilidad totalmente impropia de la motivación animal. Este proceso, junto al bloqueo de nuestros deseos por causa de barreras físicas, morales o psicológicas, produce en el individuo la **frustración o estado emocional que se caracteriza por una desorganización del comportamiento manifestado por la confusión, inquietud, desazón, enojo o respuesta agresiva, vergüenza, azoramiento, etc...**

Según señala Pinillos, los estados de frustración son generados por tres tipos de factores (Pinillos, J.L., 1991: 181):

- 1- Obstáculos: físicos, sociales, morales, etc...
- 2- Deficiencias: carencia de algo que al individuo le es supuestamente debido (los niveles de aspiración excesivamente altos y distanciados de las propias capacidades producen estados de frustración crónica).
- 3- Conflictos: surgen por la existencia de varios motivos incompatibles.

El **comportamiento** del individuo ante los anteriores factores, adopta diferentes modalidades:

1- Agresividad -que no siempre se aplica sobre la causa de la frustración y se desplaza inconscientemente-: ésta puede ser:

- física.
- verbal.
- interna.

2- Culpabilidad: esa agresividad interna revierte, en muchos casos, sobre el propio sujeto que se considera culpable del fracaso.

3- Conductas infantiles, apatía...

Ante esta frustración, el individuo pone en marcha los siguientes **mecanismos de defensa** (Pinillos, J.L., 1991: 183-186) o "egodefensa":

-> La justificación: en muchos casos el individuo se acaba engañando a sí mismo.

-> La proyección: consiste en atribuir a los demás los rasgos indeseables que padecemos nosotros mismos.

-> La identificación: que consiste en tomar como propias las buenas cualidades ajenas para identificarse con aquellas deseables de los demás.

-> La reacción o formación reactiva: el sujeto se oculta



a sí mismo un motivo determinado y acentúa el opuesto.

-> La disociación: cuando una parte del comportamiento se desgaja del conjunto y se transforma en movimiento compulsivo.

-> La teorización excesiva.

-> La represión: consiste en negar los impulsos indeseables.

-> La sustitución: es considerado el mecanismo de "egodefensa" más positivo y consiste en sustituir objetivos indeseables de conducta por objetivos deseables. Son tres:

- La sublimación.
- La compensación.
- La supercompensación (sería el caso de Demóstenes, que no sólo superó su tartamudez inicial, sino que acabó siendo el más famosos orador de su tiempo.

### III.1.9.- El Individuo y el Grupo

El estudio de las relaciones entre el individuo y su grupo desde la psicología ha sido denominado "Análisis de pequeños grupos" o "dinámica de grupo". A continuación se analizan los aspectos que son de mayor interés para este trabajo de investigación.

#### a) Influencia que ejerce el grupo sobre el individuo

La influencia que ejerce el grupo sobre el individuo puede ser doble: la que actúa sobre la **actividad instrumental -pensamiento y percepción-** y la actúa sobre la **actividad expresiva -emociones que experimenta el individuo-**.

Según afirma Olmsted en 1972, el efecto del grupo sobre la actividad instrumental y la motivación del individuo es, en general, estimulante al realizar mayor cantidad de trabajo, pero inhibitorio, lo que le lleva a cometer más errores. Los estudios realizados al respecto demuestran que el individuo es más susceptible de hallarse positivamente estimulado si está con otros que sólo. Por supuesto, esta influencia estimulante o inhibidora dependerá de la naturaleza de la tarea que el grupo desarrolle y de la percepción que el individuo tenga con respecto a su relación con el grupo.

Respecto a **los efectos del grupo en la modificación de las actitudes y el comportamiento individual**, Kurt Lewin señaló que es más fácil cambiar éstos en individuos constituidos en grupo que cambiar a uno de ellos por sí solo. Este autor afirma que los efectos son más permanentes ya que el individuo tiende a conformarse a las normas del grupo. Por ello está generalmente aceptado el hecho de que las decisiones del grupo son más efectivas si el individuo participa en su elaboración.

En cuanto al **efecto ejercido por el grupo sobre la percepción del individuo** queremos referirnos a los estudios realizados por Sherif y Asch sobre el **conformismo**: distinguen tres tipos:

- 1) La distorsión de la percepción bajo la presión del grupo.
- 2) La distorsión del juicio.
- 3) La distorsión de la acción, para no parecer diferente ni inferior a los demás.

Olmsted considera las conclusiones anteriores con grandes limitaciones debido a los problemas metodológicos que su investigación conlleva -no se ha investigado con profundidad todos los efectos posibles del grupo sobre el individuo; el comportamiento observado en laboratorio no tiene porqué corresponderse con el que se observe en el mundo real; puede darse el peligro de que se busque una explicación para todo en las "normas del grupo"-.

Por último recordemos que la **influencia del grupo sobre la vida emocional y expresiva de cada individuo** es decisiva en la conformación de su personalidad y sus emociones.

#### **b) Naturaleza y función de la cultura del grupo**

El proceso de creación de la "cultura" del grupo se gesta con el **proceso de ajuste** que realizan todos sus miembros al proponer ideas; al realizar valoraciones; al añadir contrapropuestas, concordancias, modificaciones y rechazos; al contrastar significados, situaciones, creencias y comportamientos. A medida que las "sesiones" avanzan se van estableciendo nuevas reglas, hasta formar una pequeña variedad de cultura. Este proceso es muy diferente del que tendría lugar si cada individuo resolviera el problema por sí solo. Cada grupo sometido a este ajuste obtendrá una subcultura propia, que podemos considerarla una versión modificada de ciertas partes seleccionadas de la cultura general.

En la **solución de problemas, el grupo** -según asegura Olmsted- permite que los individuos se superen a sí mismos y brinden ideas mejores de las que obtendrían estando aislados. Por supuesto, en este proceso de hallar la solución de un problema afectan el tamaño del grupo, la conformación de su estructura, el liderazgo, etc...

Esta cultura del grupo va configurando un conjunto de **normas** que influyen, sin duda, en las percepciones y juicios

del individuo. Además de influir en la percepción, actitud y comportamiento de éstos, las normas ayudan a identificar y definir tanto al grupo en conjunto, como al individuo que forma parte de él -estableciendo así el estatus del individuo dentro de la sociedad-.

La creación y consolidación de dichas normas dentro del grupo tiene su explicación en el hecho de que son compartidas en virtud de las **gratificaciones potenciales** que implica comportarse de acuerdo con ellas, y de las **sanciones implícitas** derivadas de la negación de seguirlas.

La distinción clásica de la Teoría de los Grupos que divide a éstos en grupos primarios y secundarios -ver capítulo 3.3. dedicado a conceptos sociológicos- afecta también a las **normas del grupo**. Estas normas originaron diferentes formas de organización social, distintas pautas de interacción y diferentes sistemas de diferenciación de roles:

-> En los **Grupos Primarios**: se detecta mayor grado de diferenciación entre sus miembros en relación al estatus y mayor grado de participación.

-> En los **Grupos Secundarios**: en general se da mayor tendencia a la argumentación y a la competencia.

**c) Pautas de relación entre los miembros del pequeño grupo**

Estas pautas son también denominadas por Olmsted como la **Estructura Social** del Grupo. Su estudio se debe centrar en las siguientes dos facultades en relación a actividades tanto mecánicas como expresivas:

- **La diferenciación de roles**
- **La diferenciación de integración.**

De los estudios sobre la Estructura Social Olmsted distingue en 1972 las siguientes teorías especiales - que se centran en aspectos limitados o particulares- y generales - que integran a todos los elementos que forman la estructura del grupo-.

**1) Teorías especiales:**

- > El grupo considerado como una **red de relaciones afectivas**.

El Psiquiatra **J.L. Moreno** considera los lazos afectivos como el hecho básico en los problemas humanos y sociales. Para el estudio de éstos, ha desarrollado dos técnicas, el psicodrama y el test sociométrico -técnica utilizada para saber cómo los miembros de un grupo sienten emotivamente la presencia de los demás.

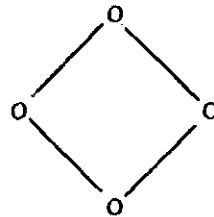
En el pequeño grupo, Moreno distingue entre el "psicogrupo", caracterizado por relaciones más personales, espontáneas y afectivas, y el "sociogrupo", cuyas relaciones son formales, impersonales y frías. Estas dos modalidades pueden equipararse a lo que los sociólogos denominan grupos "primarios" y "secundarios".

En esta línea **Freud, desde el Psicoanálisis**, aporta una curiosa interpretación sobre el **liderazgo en el grupo**: los lazos afectivos que ligan a los miembros del grupo con el líder es una de las maneras por las cuales la vida del grupo se opone a la fuerza centrífuga que actúa sobre los miembros.

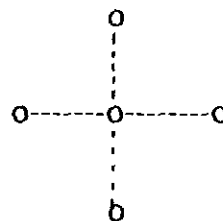
-> El grupo considerado como una **red de comunicación**

Otros autores han considerado al pequeño grupo como un fenómeno de relaciones comunicativas. **Bavelas** distingue tres pautas de comunicación:

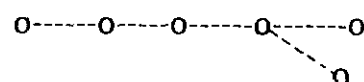
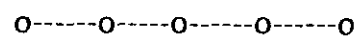
- **Círculo**: el grupo, al estar desprovisto de líder, es activo, desorganizado y errático, aunque resulta agradable para los miembros:



**-Rueda:** al tener un líder bien definido, la red de comunicación es activa, está bien organizada y es menos errática, pero sus miembros demuestran mayor insatisfacción:



**-Cadena:** la comunicación se produce entre de un miembro de grupo a otro y éste la transmite, a su vez, a un tercero, en forma de encadenado:





## 2) Teorías generales:

### -> Los elementos analíticos de George Homans:

Este investigador distingue los siguientes conceptos fundamentales de la Estructura Social del Grupo, que son interdependientes:

- actividad
- sistema externo condicionado por el medio circundante.
- sentimiento
- interacción
- sistema interno, comportamiento interno del grupo
- normas

### -> Dinámica de Grupos

M.S. Olmsted nos recuerda que el fundador de la Dinámica de Grupos es **Kurt Lewin**. Esta teoría adquiere su fundamento de la concepción de la Gestalt, por la que un campo de fuerzas actúa en relación al todo e influye sobre los diversos elementos que operan dentro de dicho campo. Para la dinámica de grupos esto supone que todos los actos psicológicos (pensar, actuar, soñar) son determinados por las relaciones

existentes entre la totalidad de hechos que componen el espacio vital, y no por propiedades aisladas del individuo o de su medio ambiente.

Para explicar esta dinámica del grupo, Kurt Lewin desarrolla un interesante sistema simbólico para estructurar el campo que trata de estudiar. Los conceptos claves de su investigación son:

- **Locomoción:** por la cual la vida del grupo se desarrolla en un continuo movimiento hacia regiones con "valencia positiva" y se aleja de otras con "valencia negativa".

- **Vector:** indicador de la dirección de tal comportamiento que refleja el campo de fuerzas en acción y las fuerzas del grupo que provocan cambios en dicho comportamiento.

- **La Cohesión:** es la totalidad de fuerzas de campo que actúan sobre los miembros a fin de mantenerlos en el grupo. Esta variable dependiente se ve afectada por las siguientes variables independientes:

- énfasis en la cooperación más que en la competencia.

- atmósfera de grupo democrática más que autoritaria o indiferente.
- existencia de organizaciones previas en el grupo.
- afiliación dentro de un grupo de estatus elevado.
- existencia de lazos de atracción hacia otro miembro, prestigio del grupo e interés en la tarea.

-> **Análisis del Proceso de Interacción de F. Bales:**

F. Bales, investigador de la Universidad de Harvard, se interesó principalmente por el estudio de la solución de problemas - característica de toda actividad de los grupos-, tanto afectivos como intelectuales. Para él, la estructura social de los grupos puede definirse como un sistema de soluciones a los problemas funcionales de interacción.

Bales parte de la afirmación de que todo cambio plantea la ruptura de un equilibrio.

A continuación se sintetizan las **cuatro dimensiones de diferenciación de roles** que para Bales forman la estructura del grupo:

- El **acceso a los recursos**: los individuos varían según los recursos que poseen y que el grupo considera importantes.
- El **control sobre las personas**: que conforman la autoridad en los diversos grupos.
- El **estatus**: es la contribución de cada individuo al cumplimiento de los fines del grupo.
- La **solidaridad**: como lugar que ocupa cada individuo dentro de una red de lealtades y afectos mutuos.

Junto a las cuatro dimensiones anteriores F. Bales aporta al estudio de la Estructura Social del grupo el **Método de Observación muy exhaustivo, basado en doce categorías deducidas de las propiedades consideradas esenciales** en el sistema de interacción para la solución de problemas:

Las claves empleadas significan:

- A = Reacciones positivas.
- B = Intento de contestar preguntas.
- C = Preguntas.
- D = Reacciones negativas.

- a = problema de comunicación.
- b = problema de evaluación.
- c = problema de control.
- d = problema de decisión.
- e = problema de reducción de tensiones.
- f = problema de reintegración.

## SISTEMA DE CATEGORÍAS DE OBSERVACIÓN DE BALES

Area positivo socio- económica	A	<p>1. Muestra solidaridad, eleva la posición de los demás, ayuda y gratifica.</p> <p>2. Muestra relajamiento, bromea, ríe, muestra satisfacción.</p> <p>3. Está de acuerdo, muestra aceptación pasiva, comprende, conviene, accede.</p>	
Area neutral - tarea	B	<p>4. Da sugerencias, dirección, respetando la autonomía de los demás.</p> <p>5. Da opiniones, evalúa, analiza, expresa sus sentimientos y deseos.</p> <p>6. Da orientación, información, repite, aclara, confirma.</p>	
	C	<p>7. Pide orientación, información, repetición, confirmación.</p> <p>8. Pide opinión, evaluación, análisis y expresión de sentimientos.</p> <p>9. Pide sugerencias, dirección, posibles modos de actuar.</p>	a b c d e
Area negativa socio- emocional	D	<p>10. Disidente, muestra rechazo pasivo, formalidad, se abstiene de ayudar.</p> <p>11. Muestra tensión, pide ayuda, escapa del campo.</p> <p>12. Muestra antagonismo, disminuye el estatus de los demás, defiende o afirma su yo.</p>	

Con la investigación realizada a partir de este método, Bales llega a la conclusión de que un grupo bien organizado, en el cual la función de autoridad se cumple satisfactoriamente, significa una alianza entre los "especialistas de tarea" y los "especialistas socio-emocionales" -similar a la característica de la familia con las funciones del padre y de la madre-.

#### **d) Estudio del liderazgo en el grupo**

Los psicólogos sociales R. Lipitt y R. White, dirigidos por Kurt Lewin estudiaron los efectos sobre el grupo de tres diferentes tipos de liderazgo:

- \* Liderazgo democrático:** cuando el grupo se hallaba bajo este tipo de liderazgo las relaciones entre los miembros eran de carácter más personal y amistoso. Había menor agresión y mayor estabilidad cuando el líder abandonaba al grupo.

- \* Liderazgo autoritario:** con este tipo de liderazgo se consiguieron dos tipos de reacciones, agresiva y apática.

- \* Liderazgo "laissez-faire":** el líder es pasivo y da completa libertad a los miembros del grupo. En este caso, las investigaciones realizadas detectaron falta de incentivo para el trabajo.

### **III.1.10.- Mecanismos Cognitivos y Transformaciones Semánticas**

#### **Mecanismos cognitivos que influyen en la evolución de los mensajes**

Michel Louis Rouquette aporta a este capítulo la siguiente relación de manifestaciones del "pensamiento natural" característicos de la evolución de los mensajes (Rouquette, M.L., 1977: 77):

- a) La omisión o transformación amplia: debido a la capacidad limitada de la memoria humana, el mensaje pierde elementos informativos de forma selectiva. Esta selección implica necesariamente una mayor o menor valoración a través de los filtros cognitivos derivados de todo un sistema global de pensamiento social.
- b) La intensificación: mediante este proceso, ciertos elementos del mensaje se desplazan durante la transmisión hacia un polo u otro de las escalas de diferenciales semánticos de Osgood. Esta polarización, casi siempre, se dirige hacia los extremos negativos.
- c) La generalización: en esta fase, disminuye el nivel de especificación del mensaje. En este proceso, las actitudes previas del grupo toman especial importancia, ya que contribuyen a reforzarlas todavía más. En palabras de este investigador francés (Rouquette, M.L., 1977: 79), "la historia de un rumor corresponde exactamente a la historia de la población donde se manifiesta".



d) La atribución: interviene en la atribución de la fuente del mensaje. Lo más frecuente es que el rumor se atribuya a un sujeto completamente indeterminado. Este mecanismo de la atribución cuenta con dos clases de credibilidad inducidas:

- Credibilidad por atribución impersonal o universal.
- Credibilidad por atribución de competencia.

La verificación de esta atribución en el rumor se desvincula, de forma que "el pensamiento social ignora las virtudes de la prueba y la importancia de los controles", según afirma M.L. Rouquette (1977: 81).

e) La sobreespecificación: consiste en el añadido de detalles, de indicaciones y de precisiones al mensaje, aunque de forma especial al predicado de éste. Estos numerosos detalles, sin embargo, no tendrán muchas posibilidades de mantenerse en las siguientes transmisiones. La principal función de la sobreespecificación será aumentar de manera indirecta la credibilidad del emisor -se asume que aquel que sea capaz de dar muchos detalles tiene mayor competencia-.

Los anteriores mecanismos cognitivos son interdependientes. Pero a ellos debemos sumar los siguientes si queremos explicar con más profundidad cómo se elaboran los mensajes:

f) La inversión de la polaridad: se produce en los casos en los que no concuerdan las valoraciones del mensaje y las actitudes de la población.

g) La identificación: se produce cuando el contenido de un mensaje implica a un grupo de sujetos. Con la existencia de algún punto en común, estos sujetos tienden a transformar el mensaje hasta llegar a la total identificación.

h) La evocación: mediante este proceso, los emisores "dejan entender" a sus oyentes ciertas informaciones que no precisan.

i) El residuo: se entiende por residuo a aquellas transformaciones que se atribuyen a causas incidentales, individuales -intereses personales, obsesiones- o tecnológicas -reducción de la atención, distracción, saturación informativa, etc...-

### **La Consistencia Cognitiva**

La Disonancia Cognitiva es una de las Teorías de Consistencia Cognitiva que los Psicólogos Sociales propusieron para argumentar que cuando las relaciones entre cogniciones -unidades de información que incluyen creencias, actitudes, opiniones y respuestas afectivas de agrado o desagrado- son percibidas como inconsistentes, los individuos inician procesos mentales o cambios de conducta encaminados a reducir esa inconsistencia.

De las Teorías de Consistencia Cognitiva (International Encyclopedia of Communications, 1989: 322-326) siguientes nos detenemos en las dos últimas:

- **Teoría del Balance:** desarrollada por Fritz Heider a partir de la Teoría de la "Gestalt".

- **Teoría de la Congruencia:** desarrollada por Charles Osgood y Percy Tannenbaum a mitad de los años 1950.

Esta Teoría trata explícitamente los procesos de comunicación y los efectos que causan en las actitudes y permite predecir cambios actitudinales hacia el comunicador y hacia la idea u objeto que ha sido evaluado por el comunicador como función del grado de incongruencia.

La Teoría de la Congruencia asume que es posible medir el nivel con el que una persona aprueba o desaprueba a un comunicador o a al concepto sobre el que se ha realizado una afirmación. Cuando se produce la incongruencia existe un impulso psicológico para reducirlo, que, en general, consiste en cambios de actitud hacia el comunicador o hacia el concepto, en la dirección necesaria para obtener mayor congruencia.

- **Teoría de la Disonancia Cognitiva:** desarrollada por León Festinger a mediados de los años 50.

Esta teoría fue provocativa en su momento porque modificó la aceptada y asumida afirmación de que existe una relación positiva entre los incentivos y el comportamiento: Festinger afirmaba que bajo ciertas condiciones las tendencias del comportamiento podían ser reforzadas en proporción **inversa** a la magnitud de premios o castigos.

De esta forma se aportó la conclusión de que no sólo las actitudes guían al comportamiento -como ha sido siempre asumido-, sino que el comportamiento también guía a las actitudes. Por ello, la Teoría de la Disonancia Cognitiva estipuló esencialmente una serie de condiciones bajo las cuales las actitudes se harán más consistentes con el comportamiento.

Otro paso importante que supuso esta teoría fue la afirmación de que las **cogniciones son resistentes al cambio**:

-> En primer lugar se asume que las percepciones son acordes con la realidad (es difícil "ver" un círculo como un cuadrado).

-> **Al mismo tiempo, ciertas realidades son más ambiguas que otras y ante esta realidad ambigua, su correspondiente cognición será menos resistente al cambio.**

El ejemplo que ilustra esta afirmación es el siguiente:

"Un objeto percibido a través de una fuerte oscuridad puede ser visto como un árbol, un edificio o un elefante, y cambiar lo que uno está viendo es bastante fácil. En suma, percibir realidades de diferentes formas permite que uno cambie la cognición cambiando su correspondiente realidad. En este caso, la resistencia al cambio de cognición es resultante, en parte, de la dificultad de cambiar la realidad.

Si alguien se ve gordo, esa cognición puede ser cambiada si se adelgaza a través de ejercicio, etc..."

Una variable más que debemos tratar para entender las implicaciones de la Disonancia Cognitiva es la importancia relativa de las cogniciones, que deben ser consideradas de acuerdo con su importancia.

Por ejemplo: "la cognición de que el día está nublado es menos importante que la cognición de que un amigo acaba de morir".

El eje central de esta Teoría es, en definitiva, la propiedad **que relaciona los determinantes de la magnitud de la disonancia con las formas con las que la persona tratará de reducir la disonancia**. La magnitud de la disonancia asociada a una cognición dada es función directa del número de cogniciones disonantes con ella, considerando la importancia de cada una de ellas, y función inversa del número de cogniciones consonantes con ella, considerando la importancia de cada una de ellas. De esta forma, una persona que experimenta disonancia puede reducirla disminuyendo el *número de condiciones disonantes o su importancia*. En general, las cogniciones que serán cambiadas para reducir la disonancia serán determinadas por su resistencia al cambio, según se ha analizado anteriormente.

Las implicaciones de esta teoría en los procesos de comunicación son muchas. Entre ellas, la mayor aportación en la comprensión de los procesos de comunicación ha sido la de la "sumisión forzada de la audiencia" (audience's "forced compliance"), por la que se afirma que cuando un individuo está expuesto a la persuasión o puntos de vista que podrían normalmente ser evitados, se produce una disonancia que

podría desembocar en una tendencia a estar dispuesto más positivamente hacia las comunicaciones evitadas. En general, cada vez que una persona se expone a un punto de vista discrepante, cuanto menos buenas sean las razones para hacerlo, mayor será la disonancia y el cambio consecuente positivo hacia la posición discrepante.

### III.2.- EN LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

---

La Teoría de la Comunicación<sup>30</sup> puede considerarse, como afirma Manuel Martín Serrano, como una reflexión científica muy nueva de un objeto muy antiguo. De hecho, trata de estudiar los comportamientos comunicativos que utilizan los seres vivos para controlar su entorno mediante el recurso a la información. Para ello, tiene que compartir con otras ciencias el estudio de determinadas características y procesos. Manuel Martín Serrano cita las siguientes (M. Martín Serrano et al., 1982:67):

- Comparte con la **Física** el estudio de los cambios de energía que se realizan en el medio natural, en tanto que esos cambios sirven para proveer de **señales** diferenciadas a unos actores que las utilizan como soportes de la información.
  
- Comparte con la **Biología** el estudio de los órganos biológicos que sirven para modular energía y para captarla, en tanto que éstos funcionan como **instrumentos** de emisión, amplificación o recepción de señales.

---

<sup>30</sup> El lugar que ocupa la Teoría de la Comunicación entre las ciencias ha sido detallado por Manuel Martín Serrano en su obra "Teoría de la Comunicación: I, Epistemología y Análisis de la Referencia" publicado en 1982.

- Comparte con la **Etología** el estudio de los **patrones expresivos de la conducta como matrices de sus representaciones**.
- Comparte con las **Ciencias Económicas** el interés por los objetos y cosas en cuanto bienes que sirven como **sustancia expresiva** a las que se asocian determinadas representaciones.
- Comparte con la **Psicología y la Psiquiatría** el estudio de los **comportamientos normales y anormales**, considerados como **expresiones** de las necesidades y deseos de los actores.
- Comparte con las **Ciencias Sociales -Antropología, Psicología Social, Sociología-** el estudio de las **relaciones sociales como procesos de intercambio de información**, y el estudio de las **organizaciones, como sistemas comunicativos**.
- Comparte con las **Ciencias de la Cultura** el estudio de los **valores y normas de los productos materiales e ideales** que los encarnan como **expresiones comunicativas**.

El Método que propone Manuel Martín Serrano en 1982, para fundar una Teoría de la Comunicación consistiría en analizar de forma sistemática una tarea comunicativa concreta y determinar sus componentes:

- **Actores de la comunicación: emisor y receptor.**



- **Medio de Comunicación: medium.**
- **Organizaciones que son mediadores del proceso de producción de ella.**
- **Sustancias expresivas y comunicativas.**
- **Representaciones.**
- **Decodificación - Codificación - Código.**
- **Objeto de referencia.**

Manuel Martín Serrano y sus colaboradores, distinguen **seis clases de Modelos que representan Sistemas de Comunicación**, y que coinciden con las **principales Teorías de la Comunicación**. A continuación se reproduce el cuadro que los sintetiza (M. Martín Serrano et al., 1982: 123):

Marco Epistemológico	Aplicación en Ciencias de la Naturaleza	Aplicación en Ciencias Humanas	Aplicación en Teoría de la Comunicación (ejemplos)
Positivismo y neopositivismo. Behaviorismo en Ciencias Biológicas	Explicación del comportamiento como respuesta a los estímulos internos y externos: Conductismo	Explicación de la conducta social a partir de los instintos o de las necesidades	<b>Modelo de Laswell</b>
Funcionalismo en Ta. de las Cc. Biológicas	Investigación de las funciones que desempeñan los elementos de un conjunto	Análisis de la sociedad como un conjunto de instituciones que cumplen funciones necesarias para la reproducción social	<b>Modelo de Wright (centrado en la comunicación de masas)</b>
Estructuralismo en Epistemología o Ta. del Conocimiento	Investigación de los modelos generales de la organización que existe tanto en los fenómenos naturales como sociales (Ta. de la Gestalt, Antropología Cognitiva, etc....)		<b>Modelo de Lévi-Strauss</b>
Ta. Gral. de Sistemas en Epistemología	Análisis de cualquier sistema a través del estudio de sus componentes y de las funciones que éstos llevan a cabo, aplicable tanto al estudio de sistemas, cuyos componentes son naturales, como sociales.		<b>Modelo de Watzlawick (También Modelo de T. Parsons)</b>
Análisis Matemático-Informacional (Ta. de la Información)	Estudio del orden o complejidad existente en cualquier sistema (por ejemplo, Cibernética)		Modelo de Shannon-Weaver
Análisis dialéctico	Estudio de la reproducción y el cambio de los sistemas finalizados, en relación con la determinación que sobre cada uno de ellos ejercen otros sistemas de la naturaleza y de la sociedad. Análisis de los conflictos que se suscitan como consecuencia de las múltiples determinaciones (por ejemplo, análisis de las formaciones sociales de Marx).		<b>Modelo de Manuel Martín Serrano</b>

A continuación recogemos en síntesis los modelos aplicados en la Teoría de la Comunicación que más utilidad proporcionan a nuestro objeto de investigación (M. Martín Serrano, 1982: 127-174):

\* **Modelo de Laswell:** Harold D. Laswell es claro representante de los modelos behavioristas. Su modelo estudia el trayecto que recorre un mensaje desde el emisor hasta el receptor y en la respuesta de éste al mensaje. La acción comunicativa se resume en las siguientes cuestiones, que a su vez cabe analizar según se señala:

- 1) quien (emisor): Análisis de control
- 2) dice que (estímulo-mensaje): Análisis de contenido
- 3) por qué canal: Análisis de medios
- 4) a quien (receptor): Análisis de audiencias
- 5) con qué efectos (respuesta): Análisis de efectos.

\* **Modelo de Watzlawick<sup>31</sup> (T. Parsons):** se toma como ejemplo de los Modelos Sistemáticos aplicados a la

---

<sup>31</sup> Watzlawick pertenece a la **Escuela de Palo Alto** junto con Bateson, Birdwhistell, Goffman, Hall, Jackson, Sheffen y Sigman. Como afirma Yves Winkin en la compilación realizada con la obra de estos autores bajo el título "La Nueva Comunicación" -publicada por Kairos Psicología en Barcelona en 1982-: estos autores comparten un mismo modelo de intercomunicación personal, la "metáfora de la orquesta", por el que el autor social participa en todo momento, tanto si lo desea, como si no, con sus gestos, su mirada, su silencio, e incluso su ausencia.

Comunicación el modelo de este investigador americano. Watzlawick estudia la comunicación humana como conducta y se centra en el estudio de la **comunicación interpersonal**. En este modelo, las características de la interacción como sistema abierto son las que siguen:

1) **Totalidad**: cada una de las partes de un sistema está relacionada de tal modo con otras que un cambio en una de ellas provoca un cambio en todas las demás.

2) **Retroalimentación o circularidad**: cada mensaje provoca un nuevo mensaje.

3) **Equifinalidad**: en los cambios de los sistemas, idénticos resultados (del cambio) pueden tener orígenes distintos, porque lo decisivo es la naturaleza de la organización.

\* **Modelo de M.Martín Serrano**: el hecho de que la comunicación humana presente todas las características típicas de un sistema finalizado:

- sus componentes se relacionan de forma organizada.
- estos componentes son heterogéneos y asumen funciones diferenciadas en el proceso comunicativo y
- La comunicación humana persigue algún fin, por lo que sus componentes están constreñidos a ocupar las posiciones y cumplir las funciones que les asignan los comunicadores.

nos permite estudiar los procesos comunicativos dentro de un sistema, el **sistema de comunicación**, que funciona abierto a las influencias exteriores de otros sistemas no comunicativos. Las influencias de los sistemas no comunicativos ejercen control sobre todos los componentes del sistema comunicativo y, a su vez, éste afecta al funcionamiento de los otros sistemas con los que está relacionado. El **sistema social** es el sistema respecto al cual se establecen las relaciones de interdependencia más importantes.

Este Modelo distingue tanto los componentes del propio sistema de comunicación (a), como los de los otros sistemas (b):

**-> a) Componentes del sistema de comunicación:**

- Actores de la comunicación<sup>32</sup>.
- Expresiones comunicativas.
- Representaciones.
- Instrumentos de comunicación.

**-> b) -> El sistema de objetos de referencia de la comunicación.**

**-> Las intervenciones y mediaciones originadas en el sistema social, que controlan**

---

<sup>32</sup> La noción de "actor de la comunicación fue definida en el Estructuralismo, a partir del Análisis Literario.

**a cada uno de los componentes del sistema comunicativo y al sistema en su conjunto.**

**A los actores:** aquellas prácticas que determinan la actuación o no actuación de unos u otros actores en el proceso comunicativo: entre ellas la coacción y la persuasión.

**A los instrumentos:** aquellas prácticas que determinan el empleo o no empleo de unos u otros "media": entre ellas, la apropiación de éstos por personas o entidades públicas, estatales o privadas.

**A las expresiones:** aquellas prácticas que determinan el empleo o no empleo de unas u otras expresiones: entre ellas, el silenciamiento y el falseamiento.

**A las representaciones:** aquellas prácticas que determinan el empleo o no empleo de unos u otros modelos de representación: entre ellas la deformación ideológica de la realidad, la manipulación y el falseamiento.

### III.2.1.- Los actores de la comunicación: "ego" y "alter"

#### **El Actor humano de la comunicación y la interacción comunicativa**

Los Teóricos de la Comunicación, y en concreto M. Martín Serrano, consideran al **actor humano de la comunicación como el hombre que interactúa con otro u otros recurriendo a la información**. Todo proceso de comunicación supone la participación de, al menos, **dos actores**: el **"ego"**, que **inicia la comunicación**, y el **"alter"**, que **resulta ser solicitado comunicativamente por el "ego"**. Este teórico español considera que la **interacción comunicativa** se produce si (M. Martín Serrano et al., 1982: 14-15):

a) El Actor se sirve de **una materia y la modifica**. El hombre ha incorporado más materias que las que la naturaleza básica aporta.

b) El Actor realiza un **trabajo expresivo**. Este autor define la **Expresión** como **"la modificación que sufre la materia como consecuencia del trabajo del "ego", por la que se le transfiere un uso relevante en la interacción comunicativa"**(M. Martín Serrano et al., 1982: 15).

No cabe duda que las representaciones que la mente humana asocia a las expresiones son mucho más complejas y diferenciadas que en el caso de otros seres vivos.

c<sub>1</sub>) El Actor **modula la actividad energética de la sustancia expresiva** en función de la fuente energética que la activa para obtener **señales**, que el hombre ha logrado multiplicar.

c<sub>2</sub>) El Actor "ego" dispone de un **canal por el que las señales llegan hasta el "alter"**, de forma que éstas sean **diferenciables para el citado "alter"** del resto de las **variaciones energéticas que percibe del entorno a través de ese mismo canal, o de otro.**

d) El trabajo expresivo que "ego" realiza para ponerse en comunicación con "alter", se corresponde con el trabajo perceptivo que debe llevar a cabo "alter" para captar las señales.

e) El Actor es capaz de **representar** las cosas, los seres - y en algunos casos- las situaciones, como **objetos de referencia** de la interacción comunicativa.

La Interacción que produce fenómenos comunicativos puede ser analizada con una metodología biológica que parta de la **génesis de los elementos que conforman el fenómeno comunicativo: las acciones ejecutivas y expresivas, los instrumentos y las representaciones** (M. Martín Serrano et al, 1982: 29-39). Según esta metodología, la capacidad de comunicar es una conquista de la naturaleza y no de la cultura:

1) **Génesis de las acciones ejecutivas y expresivas:** existen dos formas alternativas de interacción:



La **Acción ejecutiva**, antecede a la expresiva al estar orientada a la interacción con otro mediante la coactuación, no mediante la comunicación.

La **Acción expresiva** está orientada a la interacción con otro por vía de la comunicación.

Con el tiempo, y por razones de economía -ahorro de energía y de tiempo-, M. Martín Serrano afirma que se han ido sustituyendo los actos ejecutivos por actos expresivos.

2) **Génesis de los Instrumentos:** el hombre ha ampliado y amplificado tecnológicamente la capacidad comunicativa de sus instrumentos básicos de comunicación aunque ninguno de ellos franquea los límites de la codificación y decodificación de señales que pueden procesar los órganos de los sentidos.

3) **Génesis de las representaciones:** de nuestros antecesores no humanos hemos heredado algunos **patrones expresivos** (apareamiento, dominio-sumisión, lenguajes gestuales, etc...). Pero el hombre tiene mayor capacidad de **aprender nuevas representaciones**, incluso abstractas, **ligadas a patrones expresivos de valores culturales y sociales**. Reproducimos la frase que menciona el autor al respecto (m. Martín Serrano et al., 1982: 41):

"La especie humana comunica a propósito de todo lo que existe, y de lo que nunca podrá existir."

Sin embargo, la regulación y el control de rutina de una interacción son ejercidos por medio de actividades no verbalizadas, mientras que la actividad léxica se dedica a las recalibraciones, modificaciones e instrucciones particulares.

**Los investigadores de la Escuela de Palo Alto -Bateson, Birdwhistell, Goffman, Hall, Jackson, Schefflen, Sigman, Watzlawick- han centrado sus estudios en la comunicación interpersonal. A continuación sintetizamos sus principales aportaciones a la interacción comunicativa desde su modelo orquestal muy cercano a la "sociolingüística".**

**\* Gregory Bateson:**

Este investigador de Chicago se propone principalmente la unión de las partes de la corriente comunicacional que estudia la Lingüística profesional (fonemas, morfemas, proposiciones, marcadores de tonalidad, articulaciones) con las partes de la corriente comunicacional que estudia la Kinésica, y su relación recíproca.

Para sus investigaciones se apoya en la historia natural concreta, que le permite analizar el registro de la interacción entre el discurso y los gestos de un individuo con otro.

Una de sus principales tesis es la asunción de que la comunicación implica un aprendizaje permanente de la manera de comunicarse.

\* **Ray L. Birdwhistell y Edward T. Hall:**

Realizan un microanálisis de la interacción partiendo de la Lingüística y la Antropología, cuya principal aportación **es la introducción de la Kinésica** -la gestualidad- **y la proxémica** -el espacio interpersonal-.

Estos investigadores no conciben oponer la comunicación verbal y la no verbal: ambas forman parte de un todo integrado que provoca que sea imposible dejar de comunicarse.

El método de estudio que proponen es el **Análisis del contexto** por oposición al **Análisis de contenido** propuesto por Shannon. Este análisis del contexto supone que el comportamiento tiene una sintaxis, una semántica y una pragmática.

Su **modelo comunicativo** es, por tanto, orquestal y no telegráfico, como era el de Shannon: cada individuo participa en la comunicación en vez de considerarlo inicio o fin de la misma.

Centrándonos en **la proxémica**, el antropólogo especializado en modelos de comunicación **E.T. Hall** propone, a partir de sus entrevistas en profundidad a norteamericanos y otros extranjeros, una **escala de las distancias personales que comprende a cuatro de los cinco sentidos: vista, tacto, oído y olfato**. Estos cuatro sentidos contribuyen al establecimiento de las distancias socialmente adecuadas según el caso:

- Íntima.
- Personal.
- Social.
- Pública.

Además Hall propone un sistema de evaluación del comportamiento proxémico con ocho **escalas sensoriales**:

- 1) Postural- sexual.
- 2) Sociófugo -el espacio está organizado de manera que favorezca la comunicación entre los sujetos- /Sociópeta -el espacio está organizado de manera que favorezca el aislamiento
- 3) Kinetésico.
- 4) Táctil.
- 5) Retiniano.
- 6) Térmico.
- 7) Olfativo.
- 8) Vocal.

Para Hall la representación del espacio interpersonal cambia con el tiempo y refleja cómo evoluciona en una cultura la conciencia de la naturaleza así como los modelos proxémicos.

De la proxémica, lo que más nos interesa para nuestra Tesis es **su relación con la lengua hablada**: el contenido de la conversación está íntimamente relacionado tanto con la distancia y la situación, como con la relación entre los participantes y sus emociones y actividades.

**Hockett** establece una curiosa relación de rasgos del lenguaje que son aplicables en su totalidad a la Proxémica:

- 1) La doble articulación.
- 2) Intercambiabilidad: "A" puede jugar el rol de "B" Y viceversa.
- 3) El desplazamiento: en el tiempo o en el espacio.
- 4) La especialización: la asociación de significaciones específicas a cosas específicas.
- 5) Lo arbitrario: no hay necesariamente conexión entre el acontecimiento y l símbolo.
- 6) La productividad: pueden crearse nuevas formas.
- 7) La transmisión cultural.

**\* Erving Goffman:**

Este representante de la Escuela de Chicago estudia las interacciones sociales a partir del estudio de la comunicación interpersonal que se produce a diario.

El análisis que emplea para este estudio es el **análisis dramático** porque desmonta la "retórica general" que es la vida cotidiana, considerando el comportamiento social de todo individuo como el de un actor en escena. Estos estudios de Goffman se amplían en el capítulo dedicado a los conceptos Sociológicos.

En cuanto a la interacción comunicativa, Goffman distingue:

- La interacción difusa o diseminada: simple gestión de la co-presencia.
- La interacción centrada: aquella en la que las personas se reúnen y cooperan para mantener un único objeto de atención.

Por último, cabe afirmar que el análisis que Goffman realiza de la conversación parte de los conceptos que propone la Teoría de los actos del discurso denominada Pragmática.

**\* Jackson:**

Se centra en el estudio de los mensajes, que se analizan en otro capítulo.

**\* Albert E. Schefflen:**

Este investigador de la Universidad de California centró sus estudios hacia la estructura del **comportamiento humano en una interacción**.

Schefflen supone que todos los comportamientos -que están relacionados entre sí- son potencialmente comunicativos y los clasifica de la siguiente forma:

I- El comportamiento vocal: lingüístico y paralingüístico.

II- Comportamiento kinésico: que incluye a los movimientos corporales -incluidos los faciales-, a los movimientos del sistema neurovegetativo.

III- Comportamiento táctil.

IV- Comportamiento territorial o proxémico.

V- Otros comportamientos poco estudiados (emisión de olores, etc...)

VI- Comportamiento de indumentaria, cosmética y ornamentación.

**\* Stuart J. Sigman:**

El enfoque etnográfico de Sigman, a partir de las investigaciones realizadas sobre la vida institucional y pública, aporta a la interacción comunicativa un fondo sólido: este autor defiende la existencia de una estructura **infracomunicacional de reglas socio-culturales** en la conversación cara a cara, que participa activamente en la construcción de las relaciones sociales.

**\* Paul Watzlawick:**

Los estudios de P. Watzlawick sobre las estructuras de la comunicación psicótica merecen citarse pero no profundizar en ellos puesto que son irrelevantes para nuestra Tesis.

Sus estudios se sistematizan en tres grupos:

- 1) El análisis de los procesos de tangencialización y descalificación: ambos son procesos de divergencia entre lo afirmado y lo respondido.
- 2) La mixtificación: la divergencia no se produce entre la afirmación y la réplica, sino entre la declaración de uno y las percepciones, sentimientos e intenciones del otro.
- 3) La paradoja: mensaje que contiene así mismo su propia contradicción.



### La Comunicación, proceso de carácter finalista

Este carácter finalista de la comunicación fue marcado por Aristóteles en su *Retórica*. Además de la finalidad que persigue el emisor con los mensajes que transmite, la comunicación humana cumple una serie de fines o funciones básicas que, según Lee Thayer, hacen posible la adaptación al entorno y la de éste a nosotros.

De los numerosos criterios que sirven de clasificación a las diferentes formas de la comunicación, **la finalidad** concede interesantes aportaciones: el fin de todo proceso comunicativo es **informar, persuadir o entretener**, y ninguno de ellos es excluyente de los demás. Aun así, cada una de estas funciones ha conformado profesiones diferentes -periodistas, publicitarios, etc...- que día a día entremezclan con más habilidad sus respectivas técnicas.

Manuel Martín Serrano afirma al respecto que la mayoría de los comportamientos orientados hacia un único objetivo **cambinan actos ejecutivos y expresiones comunicativas** de forma sincrónica. Pero puede ocurrir que las ejecuciones **confirman** la información que las expresiones proporcionen o, sin embargo, la **desmientan**.

### La Comunicación interpersonal

El rumor es una comunicación interpersonal. Veamos qué nos pueden aportar los diferentes autores que se han detenido en este tipo de comunicación.

Para Charles Cooley, la comunicación es el mecanismo por el cual las relaciones humanas existen y se desarrollan (Orive, P., 1978: 43). Para Pedro Orive, la comunicación interpersonal o directa es la "relación bilateral emisor-receptor a través del lenguaje, que asegura un cambio o alternancia de papeles" (Orive, P., 1978: 31).

Wilbur Schramm, propone el siguiente esquema de la conversación entre dos personas (Orive, P., 1978: 68):

Codificar->	Mensaje	-> Decodificar
Interpretar		Interpretar
Decodificar<-	Mensaje	<- Codificar

### **El eslabón emisor-receptor**

La comunicación interpersonal puede ser esquematizada en forma de red de eslabones, que permiten que se transmita el mensaje a través de unos canales determinados que relacionan a un conjunto finito de eslabones o unidades de emisión-recepción (Rouquette, M.L., 1977: 18). A lo largo de la transmisión, el mensaje va cambiando de estado por dos motivos:

- Por la necesaria relación que debe entablar con el funcionamiento de la red y su entorno.
- Por la *relación contingente con la transmisión de dicho mensaje*: el mensaje emitido por un eslabón puede superponerse o no al mensaje emitido por el eslabón precedente. El cambio de estado que se produce puede estar acompañado o no de transformaciones lexicológicas.

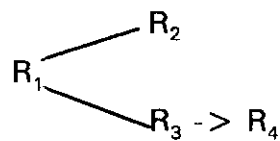
A lo largo de las sucesivas investigaciones realizadas se ha ido sustituyendo el paradigma clásico de red lineal ((a) Allport y Postman en 1945) por una red plurilineal con diferentes expansiones y lazos (b):

(a)  $M \rightarrow R_1 \rightarrow R_2 \rightarrow R_3 \dots \rightarrow R_d$  (Red lineal, orientación única, eslabones semejantes)

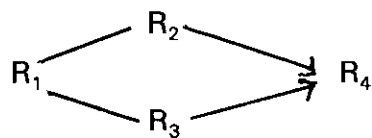
(b) Lazos retroactivos  $R_1 \rightarrow R_2 \rightarrow R_3 \rightarrow$   
 $\leftarrow \text{-----}$

Lazos proactivos:  $R_1 \rightarrow R_2 \rightarrow R_3 \rightarrow$   
 $\text{-----} \rightarrow$

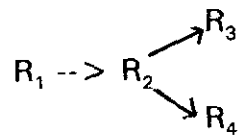
Expansiones abiertas:



Expansiones cerradas:

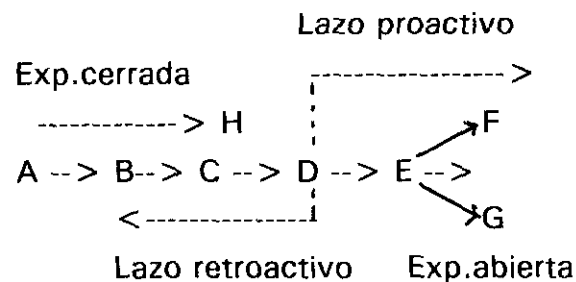


Los eslabones no pueden ser considerados semejantes, ya que las jerarquías implícitas implican transformaciones semánticas diferentes tanto del emisor como del receptor: (ver esquema de la pg. 3 de R-4).



$R_3$  y  $R_4$  ocupan posiciones diferentes en el medio social de la red.

M.L. Rouquette tratando de esquematizar el paradigma de red de transmisión de mensajes propone el siguiente modelo (Rouquette, M.L., 1977: 23):



F y G tienen posiciones diferentes en el medio social.

A continuación se exponen las principales aportaciones de los investigadores que analizaron la transmisión de los mensajes siguiendo los planteamientos anteriores:

-> Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1948). Iniciaron el estudio de la organización de los receptores en 1940, mediante una encuesta sobre las elecciones presidenciales norteamericanas. Su principal aportación se centra en la dos etapas de penetración de los mensajes en una población: en primer lugar el mensaje lo reciben los líderes de opinión, lo cuales, en segundo lugar, transmiten el contenido de dicho mensaje al resto del grupo. Más tarde, posteriores investigadores consideraron demasiado sencillo este esquema de transmisión de la comunicación.

-> Menzel y Katz (1956), años más tarde, constataron que en esta compleja red de comunicación interpersonal existen muchas categorías ordenadas de guías de opinión cuyas esferas de influencia van decreciendo. El hecho es que un determinado líder de opinión lo es para cierta fracción del conjunto, no para el conjunto de la población. Estos autores afirmaron que cabe distinguir más de dos etapas en el proceso de transmisión del mensaje.

La variable más definida por estos autores fue la variable de cohesión social, ya que el grado de adhesión de los miembros de un grupo al contenido del rumor, esté ligado al grado de adhesión que manifiesten los guías de opinión.

La posición que el eslabón ocupa en la red compleja y preexistente de relaciones sociales obliga al estudio de tres aspectos de enorme interés para el estudio del rumor:

- 1- Las relaciones existentes entre los diferentes grupos que componen la población en ese momento:

cooperación, competición, hostilidad...

2- La estructura interna del grupo institucional o formal (jerarquías de prestigio, de poder, de propiedad, de dinero), y la estructura efectiva o informal (afinidades, rechazos, elecciones, corrientes de influencia, coaliciones...)

3- Las actitudes características del grupo en relación con el objeto de referencia, previas a la introducción de éste.

-> Allen y Cohen: años más tarde, en 1969, realizan una investigación sobre la circulación de la información en laboratorios de investigación. En el diseño de su estudio diferencian la estructura de comunicación formal de la informal, en el seno de las organizaciones, y establecen como una de sus hipótesis que los individuos que ocupan una posición central en la red de comunicación efectiva del laboratorio son los que están mejor informados.

Los resultados de mayor interés para nosotros son los siguientes:

- Existe una relación positiva entre la estructura informal del equipo y la red de discusiones profesionales (circulan informaciones técnicas).
- Las personas elegidas con mayor frecuencia para discusiones de carácter técnico son las más informadas

y con mayor número de contactos profesionales fuera del laboratorio: de hecho, ejercen una función "bisagra" entre el grupo de trabajo y el grupo exterior.

### **III.2.2.- El Mensaje.**

Para el estudio de los mensajes **Jackson** propuso en 1968 una tripartición bajo la fórmula de los círculos concéntricos:

- El círculo más estrecho -el estudio de los mensajes verbales- se analizaría desde la **Lingüística**.
- El siguiente círculo -el estudio de todas las modalidades de comunicación estructurada- se analizaría desde la **Semiótica**<sup>33</sup>.
- y el tercer círculo lo constituiría la **Ciencia integrada de la Comunicación que abarcaría la Antropología Social, la Sociología y la Economía**.

### **Gramática de la Vida Cotidiana: metáforas y metonimias**

Las "metáforas de la vida cotidiana" han sido estudiadas desde una perspectiva lingüístico-filosófica<sup>34</sup> encarnada por el lingüista

---

<sup>33</sup> En los años 1970 Umberto Eco propone una Teoría Global de la Semiótica, que era toda una teoría general de la Cultura, como sustituta de la antropología cultural.

<sup>34</sup> Roman Jakobson, en su obra "Ensayos de Lingüística General", afirma que la Teoría de la Comunicación tomó prestada una de las ramas de la Lingüística: la **Retórica**.

George Lakoff y el filósofo Mark Johnson.

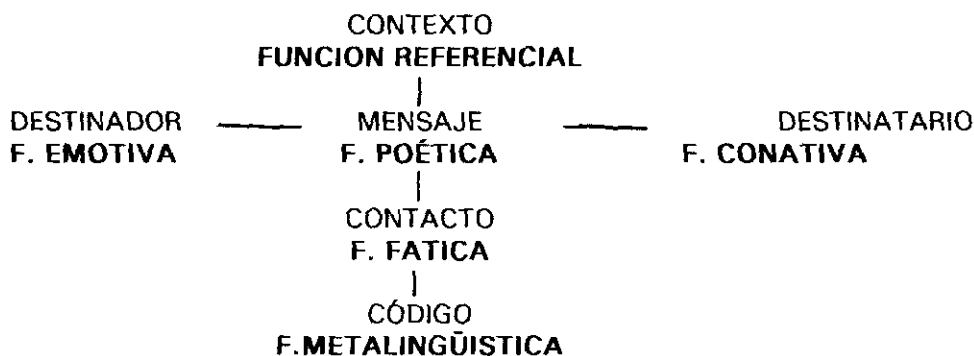
Recogemos a continuación las principales aportaciones de estos autores que quedaron explícitas en la Obra que con el mismo título realizaron en 1980. Antes de centrarnos en su estudio es importante recordar la consideración que Benjamín Lee Whorf realizó de la **estructura gramatical de cada lengua**, que moldea en sentido único la aparición de un **sistema conceptual mediante el que se aprehende la realidad y se ordena el comportamiento**.

En este contexto, en el que la metáfora aparece como un elemento básicamente cultural y propio de cada lengua determinada,

---

La Lingüística es la ciencia global de la estructura verbal, mientras que la **poética**, afirma Jakobson, puede considerarse tanto una parte de la Lingüística, como una parte de la Teoría General de los Signos que se denomina Semiótica General.

Recordemos las funciones del lenguaje que propuso este autor para cada uno de los elementos que establece la Teoría de la Comunicación, necesarios en todo proceso de comunicación:



La **FUNCION POÉTICA** es la que se produce en el mensaje por el mensaje. Pero para que una información sea **mensaje**, el elemento más esencial en el análisis del discurso es el de la comunidad de **código** entre emisor y receptor. Esta problemática del mensaje y el código para los Teóricos de la Comunicación, ha sido resuelto desde hace mucho tiempo por los Lingüistas con los conceptos **"Lenguaje"** y **"habla"** -aunque Jakobson confiesa que los conceptos **código-mensaje**, de la Teoría de la Comunicación, son mucho más claros.



Lakoff y Johnson afirman (G. Lakoff y M. Johnson, 1991: 12):

\* Las **metáforas** impregnan el **lenguaje cotidiano** formando una **red compleja e interrelacionada** para la que tienen **pertinencia**.

- Esta red **afecta a las representaciones internas, a la visión del mundo** que tiene el hablante.

De hecho, se conforma un modelo **dialéctico** en el que la **experiencia** y los **campos metafóricos** del lenguaje se generan y modifican en un enfrentamiento continuo.

De esta forma, **los valores** más fundamentales en una cultura serán **coherentes** con la **estructura metafórica** de los conceptos fundamentales de la misma.

De esta concepción maximalista, por la cual la **metáfora impregna el lenguaje, el pensamiento y la acción en la vida cotidiana**, se deriva nuestro sistema conceptual ordinario -por el cual pensamos y actuamos- que es de **naturaleza metafórica**. Del estudio de esta compleja red, estos autores llegan a distinguir **tres tipos de conceptos metafóricos**, que corresponden a **tres áreas básicas de expresión**:

1) **Metáforas estructurales**: la discusión en una "guerra", el trabajo es un "recurso", etc...

2) **Metáforas de orientación**: por ejemplo: arriba, abajo, etc...

### 3) Metáforas **ontológicas**: entidad, substancia, contenedor...

Los autores que introducen la obra de Lakoff y Johnson, **José Antonio Millán y Susana Narotzky**, aportan el concepto de **isomorfismo** para explicar la **metáfora**: consideran al isomorfismo como el reconocimiento de un conjunto de relaciones comunes en el seno de entidades diferentes: **la metáfora supone la existencia de un isomorfismo entre sus dos términos**. Además, la metáfora es tratada por estos dos últimos investigadores con una perspectiva histórica. Muchas de las metáforas del lenguaje de la vida cotidiana son herencia del latín y junto a los usos neutros que podamos encontrar, *se producen numerosos contenidos peyorativos heredados*.

Las metáforas pueden manifestarse en todo tipo de elementos gramaticales:

- adjetivos.
- demostrativos.
- adverbios.
- verbos.
- preposiciones.
- nombres.

y también desbordan el marco lingüístico: podemos encontrar metáforas actitudinales (como es el vestir a un perro, etc...).

### 1) Metáforas estructurales:

Para el correcto estudio de los procesos metafóricos, Lakoff y Johnson aluden a la **sistematicidad de estos conceptos**, que se deriva de la propia sistematicidad del lenguaje. Esta característica permite confirmar la existencia de **metáforas estructurales**: un buen ejemplo que nos presentan es el concepto de "tiempo" (G. Lakoff y M. Johnson, 1991: 44).

En la cultura de nuestras sociedades occidentales el tiempo es **muy valioso** por ser un recurso limitado. A continuación veremos con este ejemplo cuál es la **forma de la expresiones metafóricas** de nuestro lenguaje cotidiano, que nos indicará la **naturaleza metafórica de los conceptos que estructuran nuestras actividades cotidianas**:

El tiempo, al ser un recurso limitado, es valioso. Al ser valioso, es identificado con el dinero:

"El tiempo es dinero"

Las expresiones siguientes confirman la estructura metafórica del tiempo:

- Reserva de tiempo.
- Calcular el tiempo.
- "me ha costado x horas..."
- Ahorrar tiempo

Y no sólo encontramos expresiones, sino también unidades de medida:

- unidades de llamadas telefónicas.
- salario por hora.
- precio de una habitación de hotel.
- escala en el pago de deudas.

## 2) Metáforas Orientacionales:

Este otro tipo de concepto metafórico no estructura un concepto en términos de otro, sino que organiza un sistema global de conceptos con relación a otro. Esta organización tiene su fundamento en la experiencia física y cultural.

La mayoría de ellos tienen que ver con la **orientación espacial**. Recordemos el ejemplo que nos presentan Lakoff y Johnson (G.Lakoff y M.Johnson, 1991: 50):

Arriba es bueno	Abajo es malo
Feliz es arriba	Triste es abajo
Lo consciente es arriba	Lo inconsciente es abajo
Salud y Vida es arriba	Enfermedad y Muerte, abajo
Más es arriba	Menos es abajo
La virtud es arriba	El vicio es abajo

Por supuesto, existen grupos humanos o "subgrupos" cuya característica definitoria es que comparten ciertos valores que se contradicen con los de la corriente cultural principal.

Por ejemplo: las órdenes monásticas, cuyo principio es que "menos y más pequeño es mejor". Aun así, se suelen mantener otros valores de la corriente cultural principal porque, incluso para los monjes, tener más de lo que es importante para ellos - virtud, por ejemplo- es mejor.

### 3) Metáforas Ontológicas:

Este tipo de metáforas son tan naturales, según afirman estos autores, que normalmente se consideran descripciones directas. En general, las metáforas ontológicas proporcionan una base adicional a la mera orientación. Lakoff y Johnson distinguen (G.Lakoff y M. Johnson, 1991: 63-73):

- **Metáforas de sustancia y entidad:** son aquellas que asocian un objeto con otro asumiendo las características de ese segundo objeto.

Por ejemplo: "la mente es una máquina": se manifiesta en frases como éstas:

- "voy a perder el control".
- "hoy estoy oxidado".
- "te patinan las neuronas".
- "te falta un tornillo".
- "se derrumbó en el interrogatorio".

- **Metáforas de recipiente:** en general son aquellas que consideran a individuos, acciones y objetos como un recipiente con una superficie limitada y una orientación "dentro-fuera".

- Extensiones de tierra.
- El campo visual.
- Los acontecimientos, acciones, actividades y estados.

- **Metáforas de personificación:** al objeto físico se le considera una persona.

### **La Metonimia:**

La metonimia no es un tipo de metáfora porque su proceso es diferente. Sin embargo, tiene algunas características y ejerce alguna de las funciones que desempeña la metáfora:

- Es de carácter sistemático.
- Se fundamenta en nuestra experiencia.

**La metonimia es el recurso a una entidad para referirnos a otra que está relacionada con ella.** Lakoff y Johnson distinguen los siguientes tipos de metonimia (G. Lakoff y M. Johnson, 1991: 73):

- **Sinécdoque:** en la que se toma **la parte por el todo:** es interesante observar cómo en la selección de esa "parte", los factores culturales tienen mucho que "decir" (la sangre, la cara, la cabeza, son representativas del individuo, mientras su cuerpo no)
  - > "Necesitamos sangre nueva/caras nuevas para la organización".
  - > "Uno por cabeza".
- **Un producto por el producto:**
  - > "Dame un Kleenex".

- **El objeto usado por el usuario.**

- **El controlador por lo controlado.**

-> "Napoleón perdió en Waterloo".

- **Una institución por la gente responsable.**

-> "El Senado piensa que el aborto es inmoral".

- **El lugar por la Institución.**

-> "La Casa Blanca no dice nada".

- **El lugar por el acontecimiento.**

-> "Watergate cambió a nuestros políticos".

- **Simbolismo cultural y religioso.**

-> "La Paloma, como el Espíritu Santo".

El análisis que realizan estos autores sobre las metáforas de la vida cotidiana se centra, posteriormente, en la preocupación de si estas expresiones lingüísticas pueden ser consideradas como "verdad". Ellos resuelven esta cuestión afirmando que **no existe la verdad objetiva y consideran una aserción como verdadera en una situación dada cuando nuestra comprensión de ella se ajusta a nuestra comprensión de la situación, de una manera suficiente, de acuerdo con nuestros propósitos.**

Lakoff y Johnson realizan una última consideración respecto a la **comunicación interpersonal y el entendimiento mutuo** (G. Lakoff y M. Johnson, 1991: 274). La **comprensión en la comunicación interpersonal es posible a través de la negociación del significado**, en la que la **imaginación metafórica se conforma como una habilidad crucial para crear relaciones y comunicar la naturaleza de las expresiones que no son comunes**.

### **Qué es considerado "noticia"**

Paul de Maeseneer, periodista asociado de la UNESCO, considera "noticia" a toda información nueva -sobre algo vivido en el presente, en un presente inmediato o que ocurrirá- sobre un hecho, idea u opinión significativa y reciente, que afecta al oyente y es de su interés. Maeseneer cita los siguientes elementos que determinan si un hecho es noticia -por su selección se detecta gran influencia del medio de comunicación en el que desarrolla su profesión, la radio-:

- > La oportunidad.
- > La proximidad: lo cercano -lo local y lo que nos afecta a nuestra vida cotidiana o coincide con nuestras actividades- es siempre más interesante para nosotros.
- > El conflicto: forma parte de nuestra vida.
- > La distinción y eminencia: lo que ocurra con las personas, lugares y objetos de alta distinción suele interesar a la mayoría.
- > Los asuntos de Gobierno y sus efectos.
- > El desarrollo económico, social y político, los



derechos humanos, etc...

- > Las noticias sobre colectivos.
- > El interés humano, con toda la escala afectiva:  
odios, humor, romances, suspense, tragedias,  
simpatía, miedo, compasión, envidias, generosidad,  
penas...
- > El tiempo.
- > Los deportes...
- > La evolución de la noticia: hay que seguirla hasta dar  
a conocer el final de la historia.

El **recuerdo de las noticias** ha sido investigado recientemente por Melvin L. Defleur, Luis Buceta Facorro y Ubaldo Cuesta Cambra. En Septiembre de 1993 publicaron los resultados de una investigación experimental e intercultural que realizaron en tres Universidades americanas (EEUU) y en la Complutense (Madrid) sobre el recuerdo de noticias en prensa, radio, televisión y ordenador. Aunque la aplicación de su investigación a estos "mass media" no coincide con nuestro objeto de estudio, hemos creído conveniente recoger algunas *de las conclusiones de su estudio para al menos conocer cómo se desarrolla este proceso del recuerdo de breves noticias percibidas por primera vez*<sup>35</sup>.

Esta investigación de carácter intercultural tuvo como muestra a 720 estudiantes universitarios de España y Estados Unidos. Bajo condiciones de control experimental se trató de conocer cómo se producía el recuerdo de

---

<sup>35</sup> Artículo de Melvin L. Defleur, Luis Buceta Facorro y Ubaldo Cuesta Cambra, de las Universidades de Syracuse (EEUU) y Complutense (Madrid): "Análisis experimental e intercultural del recuerdo de noticias en prensa, radio, televisión y ordenador", en la Revista SOCIEDAD Y UTOPIA. REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Nº 2 -Septiembre 1993-.

breves noticias percibidas por primera vez entre los siguientes medios: prensa, ordenador, radio o televisión.

Las noticias fueron las mismas en cada grupo cultural y fueron cuidadosamente preparadas en las dos "lenguas" para estar igualadas.

Los patrones de resultados encontrados fueron discutidos en base a recientes teorías de la comunicación social y de la psicología social.

Para que esta investigación intercultural superara los problemas que caracterizan a este tipo de estudios (dificultad para satisfacer con rigor todas las cuestiones metodológicas impuestas en este tipo de diseños), de forma que las diferencias culturales actuaran como variables independientes y el recuerdo de noticias (en función del medio emisor) aparecieran como variables dependientes, se adoptó un diseño que cumplía los siguientes criterios metodológicos:

- 1) Debe emplear sujetos extraídos de diferentes culturas, pero que compartan similares características (socioeconómicas, culturales, de edad...)
- 2) Las noticias deben estar "controladas" para ser culturalmente comparables.
- 3) Las características de exigencia del experimento (como esfuerzo en controlar la atención y motivación) deben ser las mismas.
- 4) Para evaluar la variable dependiente deben emplearse idénticos procedimientos de medida.
- 5) Las noticias deben presentarse a través de medios que resulten comparables.

En definitiva, la metodología experimental intercultural requiere que cada condición existente sea tan similar a la del otro grupo como sea posible, excepto para el factor "**cultura**".

Otro problema metodológico que se presentaba era la comparación del nivel de aprendizaje de noticias a partir de diferentes medios de comunicación social, ya que las condiciones bajo las que el receptor recibe habitualmente las noticias difiere profundamente de unos a otros.

En este estudio, el problema descrito se trata de solucionar controlando los factores más relevantes que interfieren con la recepción, tanto a través del diseño experimental como a través del procedimiento de selección de los sujetos. Estos factores son: nivel educativo, medio de transmisión, nivel de interés de la historia y factores sociales y conductuales de las interferencias contextuales.

**-> Objetivos del estudio:**

- 1) Comparar cuatro medios diferentes -prensa, radio, pantalla de ordenador y televisión- como fuentes para el aprendizaje de noticias.
- 2) Comparar la retención de la información conseguida a través de los cuatro medios entre sujetos españoles frente a norteamericanos.

**-> Los cuatro medios:** como se ha afirmado anteriormente, se presentó el estímulo (la noticia) en el medio prensa, en pantalla de ordenador, en televisión y en radio.

**-> Las noticias:** Las noticias empleadas debían resultar frecuentes y típicas en ambas culturas. Además, se controlaron tres factores que podían influir sobre el recuerdo: el conocimiento previo (se eliminó, al emplear noticias inexistentes en la realidad), la proximidad (se controló identificando todas las noticias como regionales) y la importancia (esta factor decisivo para el recuerdo se controló empleando tres noticias diferentes que cada una de ellas representaba un nivel diferente de interés potencial).

**-> Las condiciones de exposición a las noticias:** cada sujeto se veía expuesto a una sólo noticia emitida a través de un sólo medio. Se empleó un diseño factorial de medidas independientes del tipo A x B, siendo A =

noticias, con tres niveles de interés (bajo, medio y alto), y siendo B = medio, con cuatro niveles (televisión, radio, prensa, pantalla de ordenador). En total, encontrábamos 12 condiciones experimentales ( $4 \times 3 = 12$ ).

A los sujetos se les dijo que el objetivo de la investigación era determinar la cantidad de información que eran capaces de recordar.

-> **Sujetos de la investigación:** 720 estudiantes universitarios españoles y americanos. Participaron cuatro universidades: tres norteamericanas y una española.

-> **Medida de Recuerdo:** se realizó en dos fases:

1º) Inmediatamente después de la exposición a la noticia cada sujeto repetía todo lo que recordaba ante un aparato de grabación (recuerdo sin ayuda). Estos resultados se cuantificaron con un análisis de contenido.

2º) Inmediatamente después, cada sujeto cumplimentaba un test de elección múltiple de 24 cuestiones sobre detalles de la noticia (recuerdo con ayuda). Estos resultados se analizaron estableciendo el porcentaje de "items" contestados correctamente.

Los datos de los estudiantes americanos se analizaron como un bloque, y los de los españoles como otro diferente. Luego ambos grupos de datos se juntaron para realizar la comparación intercultural directa.

## RESULTADOS:

A) del Experimento Americano:

-> el orden de efectividad en el recuerdo de noticias de los medios fue el siguiente: prensa, ordenador, televisión y radio.

-> Los sujetos americanos recuerdan más las noticias emitidas por medios impresos que por medios audiovisuales/auditivos, pero no parecen existir diferencias significativas entre éstos últimos.

**B) del Experimento Español:**

-> El orden en la muestra española fue: prensa, radio, televisión y ordenador.

-> Se presenta el mejor recuerdo vía prensa, seguido de televisión /radio y finalmente, ordenador.

**C) Comparación directa entre sujetos españoles y americanos:**

-> Los sujetos españoles tuvieron mejores puntuaciones medias que los americanos en la condición experimental "prensa".

-> Los americanos, sin embargo, puntuaron más cuando emplearon el ordenador.

-> Los dos grupos no fueron diferentes en cuanto a televisión.

-> Sin embargo, los sujetos españoles puntuaron significativamente más alto que los americanos en la radio.

**PRINCIPALES CONCLUSIONES:**

**1) Los sujetos de ambas sociedades fueron virtualmente idénticos en su habilidad global para recordar noticias presentadas en las condiciones de esta investigación.**

**2) Los dos grupos presentan patrones diferentes de recuerdo según los medios empleados:**

- Todos recordaron mejor la noticia emitida por la prensa.

- Cuando la noticia es expuesta en una pantalla de ordenador, las dos culturas difieren: para los americanos el ordenador fue tan eficaz como la prensa. Para los españoles fue el medio menos eficaz de los cuatro.

Debemos destacar que los hábitos de uso del ordenador difieren notablemente entre las dos sociedades: aproximadamente, el 24% de los hogares americanos tienen ordenador en casa. En España, el ordenador personal no está tan implantado.

- La televisión fue el tercero en eficacia y los niveles de aprendizaje son iguales en ambos grupos. Con otros estudios se ha comprobado que la gente no aprende tanto de la televisión como de la prensa, con independencia del país o la cultura. Esto es generalmente interpretado como resultado de patrones diferentes de atención (y otros factores de interferencia contextual) asociados a este medio. Además, otro factor que limita la efectividad del medio televisión para recordar noticias consiste en la tendencia a percibirlo más como un medio de entretenimiento que como una fuente primaria de información.

- La radio fue muy diferente en las dos culturas: los españoles recordaron ligeramente más de la radio que de la televisión con las mismas noticias. Los americanos aprendieron menos de la radio que de cualquier otro medio.

## **Influencia de los medios y de sus profesionales en la construcción de la realidad social**

Para los estudiosos de la Teoría de la Comunicación de Masas<sup>36</sup>, la construcción y producción de los mensajes que se transmiten a través de este tipo de medios van configurando el discurso social. En este proceso, los profesionales de los citados medios seleccionan los temas a tratar de acuerdo a una "síntesis jerarquizada de los acontecimientos sociales", como afirma Teresa Velázquez en la página 20 de su obra. Se reproduce a continuación la cita que el Dr. Benavides realiza de la página 20 de esa misma obra:

*"Los medios producen discursos sobre la realidad y resaltan aquello que les parece más "noticiable" y, entre ellos, como grupo social profesional que son, se ponen de acuerdo a la hora de evaluar los acontecimientos y dividir qué es más importante y qué no lo es. Los hechos suceden y los profesionales establecen la agenda temática"*

## **Lenguaje e incomunicación**

Como afirma Aranguren, "el lenguaje sirve para comunicar mensajes, pero también para encubrirlos" (J.L.L. Aranguren, 1986: 139-141). De hecho, podemos distinguir claramente, tanto mensajes

---

<sup>36</sup> El Dr. Juan Benavides Delgado, en el comentario que realiza de la obra de Teresa Velázquez "Los Políticos en la Televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo", afirma estar de acuerdo con el hecho de que la producción del discurso social la realizan los propios Medios de Comunicación.

que no significan nada -incomunicación- como lenguajes que son incommunicantes para grandes sectores de posibles receptores debido a su idioma particular o a su jerga.

Pero el investigador español que ha estudiado con profundidad el fenómeno de la Incomunicación ha sido Carlos Castilla del Pino. Este neuropsiquiatra aborda el estudio de la incomunicación desde la perspectiva sociológica y argumenta su interés por este fenómeno comunicativo con la paradoja existente en la actualidad que consiste en disponer de unos medios de comunicación de una cobertura inimaginable de forma paralela a la situación de incomunicación que entre un hombre y otro se verifica.

Con esta paradoja, Castilla del Pino no es que esté afirmando que no existe comunicación entre los hombres, sino que hay que plantearse hoy en día **qué** es lo que se comunica y **cuánto** queda por comunicar.

En cada época se dan unas necesidades distintas en función de esas dos variables: hoy se da entre nosotros un desfase entre nuestras exigencias de comunicación y las posibilidades existentes para que la comunicación se verifique. De hecho, en estos momentos, la incomunicación, entendida como comunicación parcial o distorsionada, compone el rasgo característico de nuestra conducta.

Cada estructura social permite de forma implícita hablar de determinadas cosas y, de forma correlativa, no hablar de muchas otras. Esta incomunicación produce, sin duda, un aislamiento del hombre frente a otro hombre, y del grupo frente a otro grupo -debido a la retroalimentación que hace de sus propias normas, haciéndolas cada vez más suyas-.



Este investigador asume en este sentido, que el lenguaje no sirve sólo para la comunicación intergrupar o interpersonal, sino también para el mantenimiento del entendimiento ya preexistente o "status quo".

En un contexto tan competitivo como el actual, Castilla del Pino cita un tipo de conducta característico de los procesos de incomunicación: la **conducta anómica**. Esta conducta la define como una pauta de comportamiento relativamente uniforme, suscitada con carácter inmediato por una estructura social competitiva, y que conlleva la disociación entre las aspiraciones manifiestas y las aspiraciones latentes (Castilla del Pino, C, 1969: 22).

En la definición anterior, el investigador español recogió la visión de Durkheim de la situación competitiva, por la cual nadie se liga profundamente a nadie, porque en último término, ese alguien es un potencial competidor.

**Competitividad** significa (Castilla del Pino, C., 1969:38) que:

- El objeto sobre el cual se compite es posesible y valioso para uno y para la comunidad.
- Los sujetos que compiten por ese objeto coinciden en la apreciación del valor del objeto de forma que pueda ser disputado por ambos. Sucede normalmente, que los valores atribuidos a ese objeto, se alzan sobre los valores reales o propiedades intrínsecas que posean: la significación la adquieren respecto al valor que posee como mercancía.

Además, el objeto tiende a hacerse nuestro, por lo que adquirimos la falsa conciencia de que por ello somos únicos y, por supuesto, más que los demás. El otro que no ha conseguido el objeto, pasa a la frustración y adquiere asimismo, la falsa conciencia de ser menos que el otro. En esta situación hay una verdadera incomunicación.

Por lo dicho, la **sociedad anómica**, es la que utiliza la competencia para la adquisición de objetos, es decir, de poder, y la que por ello utiliza la comunicación únicamente para verificarse al servicio de la posesión. Esa comunicación aparente, que resulta útil, nos permite mostrar nuestro respeto a la norma y que se nos acepte en el grupo.

Por otro lado, el lenguaje impone **dos limitaciones a nuestro uso del lenguaje** (Castilla del Pino, C, 1969: 52):

- a) Pensar sobre parte de lo vivenciado.
- b) Concreción de lo pensado en lo denominable: hablar sobre lo que es posible decir.

Estas dos limitaciones imponen el **sobreentendimiento**, mediante el cual las dos personas que intentan comunicarse algo tienen conciencia de la incomunicabilidad de lo restante, y dan por supuesto que eso de alguna manera se intuye. Pero el sobreentendimiento tiene una consecuencia inmediata: **el malentendido**, ya que la interpretación no se basa en datos concretos, sino en una supuesta significación del otro. Esa interpretación, que es prejudicativa, consiste en la superposición de *nuestro prejuicio sobre lo que el otro nos dice y se sobreentiende.*

Carlos Castilla distingue **dos niveles de incomunicación**:

a) Aquella en la que la realidad aprehendida no es valorada: incomunicación de carácter "cuasi-instrumental".

b) Movilización de un mecanismo disvalorativo o emisión de un prejuicio de valor negativo que conduce a la "no visión" de alguna parte de la realidad.

Y dos **posibilidades de incomunicación**:

a) La Incomunicación **prejudicativa**:

Este tipo de conducta se fija en la misma esfera "epidérmica" en que la persona y la realidad contactan. La Escuela de Chicago, suponía que las actitudes están en esa esfera y que cuando éstas son negativas, la persona rechaza la realidad entera para no implicarse en la responsabilidad de tener que contar con una realidad que puede ser poco gratificante.

b) La Incomunicación **judicativa**:

Una vez aprehendida la realidad, se emite un juicio de valor: si éste es negativo, la realidad no se acepta y se rechaza con justificaciones parciales que suelen actuar en conexión con las actitudes del grupo y de acuerdo con sus condicionamientos de estatus.

Estos procesos de incomunicación ejercen sus efectos en la cotidianeidad del hombre. Según Castilla del Pino, lo hace de la siguiente forma:

\* **Con el aburrimiento:** en la vida cotidiana, la realidad se aprecia estática, con una actitud de rechazo de lo cambiante. El hábito de no querer ver en la realidad nada inquietante conlleva a la homogeneización aparente de ésta en un vacío modo de expresión. El aburrimiento aparece si se dan estas dos circunstancias:

1) Que el sujeto no logre o no pueda interesarse por los objetos.

2) Que los objetos no logren interesar al sujeto.

El aburrimiento no implica un rechazo expreso, sino más bien una actitud de pasividad que impide la comunicación. El autor aporta tres posibles tipos de aburrimiento:

a) Situación en la que la persona no logra interesarse por lo que pasa a su alrededor, porque existe una preocupación que quiere eludir.

b) Situación en la que la persona no se interesa por nada, lo que le causa un profundo escepticismo y un aburrimiento existencial.

c) El aburrimiento que se intenta vencer con una permanente actitud de búsqueda de cosas que nos distraigan.

La conciencia de incomunicación que el aburrimiento implica incita a su superación.

\* **Con la rutina:** la homogeneización proyectada sobre los objetos de la realidad conduce a la **rutina**.

\* **Con el pudor:** la incomunicación conlleva al sacrificio y a la ocultación de nuestro modo de ser real, y a la pérdida de la espontaneidad.

\* **Con el aislamiento virtual:** por el cual no hay conciencia de que exista incomunicación o de que la comunicación sea parcial o incorrecta -la enajenación en el trabajo hace posible la absorción de la persona por él, de forma que en él la persona encuentra la forma más respetable de evasión y autoafirmación, ya que se siente gratificada en su realización por sí y ante los demás por el prestigio y el pago que recibe. Además, salirse del papel impuesto socialmente, desconcierta, ya que el hombre es valorado a través de las acciones que lleva a cabo-.

\* **Con la extrañación de si mismo:** se obtienen tras años de incomunicación y aislamiento.

### **El mensaje secreto y la desinformación**

El periodista Roland Jacquard estudió en 1988 el concepto de la Desinformación, y de acuerdo con la Enciclopedia Soviética de 1952, lo definió como la propagación de informaciones falsas con el fin de crear confusión en la opinión pública. En su análisis de la desinformación este autor se remonta a la obra del escritor chino Sun-Tzu (datada entre el s. VI y el s.IV a.J.C.) "El Arte de La Guerra", que fue traído a Occidente en el siglo XVIII por los misioneros que por aquella época se desplazaron a Oriente.

Además de mencionar al rumor como arma para hacer vulnerable al enemigo antes de la batalla, Sun-Tzu trató la noción de "secreto" como objeto a proteger o a revelar en el mecanismo de la desinformación.

El origen latino de la palabra "secreto" es "separar". De hecho, con el secreto se consigue separar a los que no se desea que lo conozcan, de los que lo "guardan celosamente". Este proceso separador se experimenta en todas las fases del secreto: elaboración, protección, manipulación y descubrimiento.

R. Jacquard establece la siguiente serie de posibilidades desinformativas del secreto:

- a) En la vida afectiva cotidiana del ser humano, el secreto se produce de forma innata al ser humano.
- b) El secreto sobre el porvenir.
- c) La filosofía y la religión es caldo de cultivo del secreto.

d) En ámbitos profesionales, se produce el "secreto profesional" que se puede distinguir en:

- Secretos del trabajo del "creador" para el ejecutor.
- Secretos tecnológicos
- Secretos monetarios.
- Secretos de los intermediarios: equiparable al del informador de prensa.

e) Secretos de Estado.

Entre los procedimientos de utilización del secreto, esta autor apunta los siguientes:

1) Procedimiento preventivo y defensivo: es el caso del camuflaje, en el primer procedimiento, y de la censura, en el segundo.

2) Procedimiento represivo y ofensivo.

3) Procedimiento agresivo, que nace de la voluntad de desestabilizar: sus instrumentos son la provocación y la propaganda. En esta última modalidad se producen:

- La filtración o divulgación voluntaria de informaciones exactas y reales.
- La delación o suministro de informaciones subjetivas a destinatarios particulares.
- La falsedad.

### La Narración oral y gráfica

Estos dos tipos de narración nos interesan por dos motivos diferentes: en el caso de la **narración oral**, consideramos que aunque nuestra sociedad actual se caracteriza por una proliferación de "multi-media" e instrumentos de comunicación electrónicos, la **narración oral** pervive. Una de las formas que coexisten hoy en día con nuestra alfabetizada civilización es el rumor, un caso más de narración eminentemente oral.

En cuanto a las **Narraciones Gráficas** -también llamados "comics"- lo que más nos interesa es su **función social** en cuanto a la reproducción y crítica que supone de la cultura imperante.

Para analizar el concepto de **narración**, queremos recordar las palabras de **Juan Benavides**<sup>37</sup>:

"El concepto de narración es la secuencialización de acontecimientos que se establece a través de un argumento".

"Historia es la secuencia que se desarrolla con unos personajes y termina con un desenlace".

Este investigador utiliza el concepto de narración para explicar el concepto de **discurso**. Para este investigador, metodológicamente la narración se entiende inicialmente como **discurso** y luego como **texto**.

---

<sup>37</sup> Recogidas en apuntes de su Curso de Doctorado dedicado al "Relato Publicitario" durante los años 1987-1988 y 1989, en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.



Por supuesto, defiende este autor, la desinformación puede originarse en:

-**La fuente del mensaje:** existen muchas influencias de tipo económico, político y social que ejercen su acción deformando los mensajes: es el caso típico de lo que ocurre con los datos del número de personas que acuden a una manifestación -se producen valoraciones diferentes según sea la fuente-; o con la información que distribuye un medio de comunicación manejado por el poder,...Incluso, el propio tono de los mensajes queda deformado por el fin último de las fuentes: es el caso del sensacionalismo en los medios informativos, que van buscando mayor audiencia.

- **El propio mensaje:** la forma determinará su importancia. La infiltración de ciertos mensajes que en su propia forma son desinformativos. En este caso, el autor está aludiendo directamente al **rumor**.

- **Los vehículos:** las propias agencias de noticias y medios de comunicación son continuos transmisores de desinformación.

- **El destinatario:** su sentido crítico es inversamente proporcional al grado de preparación que tenga. El foco de la desinformación, la opinión pública, no puede considerarse "mayoría silenciosa". Para medir el grado de desinformación de ésta, se estudia su opinión mediante sondeos.

Por supuesto, defiende este autor, la desinformación puede originarse en:

-**La fuente del mensaje:** existen muchas influencias de tipo económico, político y social que ejercen su acción deformando los mensajes: es el caso típico de lo que ocurre con los datos del número de personas que acuden a una manifestación -se producen valoraciones diferentes según sea la fuente-; o con la información que distribuye un medio de comunicación manejado por el poder,...Incluso, el propio tono de los mensajes queda deformado por el fin último de las fuentes: es el caso del sensacionalismo en los medios informativos, que van buscando mayor audiencia.

- **El propio mensaje:** la forma determinará su importancia. La infiltración de ciertos mensajes que en su propia forma son desinformativos. En este caso, el autor esta aludiendo directamente al **rumor**.

- **Los vehículos:** las propias agencias de noticias y medios de comunicación son continuos transmisores de desinformación.

- **El destinatario:** su sentido crítico es inversamente proporcional al grado de preparación que tenga. El foco de la desinformación, la opinión pública, no puede considerarse "mayoría silenciosa". Para medir el grado de desinformación de ésta, se estudia su opinión mediante sondeos.

-> Hacia 1964/5 **C.Bremond** propone no sólo establecer esa función, sino también y al mismo tiempo, establecer su opción contraria.

-> Para autores posteriores (**R.Barthes y otros**) la "función" sigue siendo la unidad mínima narrativa pero ésta se presenta como el **término de una correlación** (Benavides, Juan, 1995: p 4).

-> **Greimas**, desde su estructuralismo, reduce todavía más el número de funciones (a seis) estableciendo un marco mínimo de interrelaciones. Estas "nuevas funciones" se refieren a la esfera de acción del personaje, y reciben el nombre de **actantes** (o **actantes**), a los que consideran personajes que realizan la acción -no actor, que es la forma concreta que adquiere ese actante en los diferentes cuentos-.

De esta forma, se extrapola la estructura sintáctica y se conforma un **microuniverso** discursivo, determinado por la **correlación de tres pares de actantes**:

- Sujeto y objetivo.
- Destinador o destinatario (universo de las intenciones).
- Conjunto de obstáculos (oponente) o de ayudas (adyuvante) que recibe el sujeto a lo largo del relato.

Las funciones son seis:

DESTINADOR	OBJETO	DESTINATARIO
ADYUVANTE (Ayuda)	SUJETO	OPONENTE (Obstáculo)

El **Estructuralismo** considera al discurso como un enunciado o conjunto de enunciados considerados desde el punto de vista de su producción. Así, el estudio del discurso es el estudio del conjunto de la producción de las frases.

Si nos centramos en los estudios realizados sobre la **Narración oral**, podemos afirmar que éstos provienen fundamentalmente del estudio de los Cuentos populares<sup>38</sup> desarrollados generalmente por las clases populares y tradicionales con una mínima alfabetización.

La primera clasificación europea de la Narrativa Oral incluye al Cuento Popular, a los Mitos y a las Leyendas. Estos tres géneros se diferencian por las concepciones culturales de verdad y realidad. El Mito -del griego "mythos"- se considera verdadero; la leyenda -del latín "legenda"- parece ser verdadero; y el cuento popular, como historia de ficción y fantasía, resulta ser no ser verdadero. Esta división de la Narrativa Oral no es universal ya que de una sociedad a otra cambia, e incluso, puede hacerlo con el paso del tiempo dentro de una misma sociedad.

Los **métodos de investigación de la narración oral** han ido evolucionando de la siguiente forma:

-> En el siglo XIX los métodos empleados provinieron principalmente de la Filología comparativa -teoría "monogenesis"- y la Antropología comparativa -teoría "polygenesis"-.

---

<sup>38</sup> The Annenberg School of Communications, University of Pennsylvania, Oxford University Press. *International Encyclopedia of Communications*. New York, 1989: estudio del Cuento popular o "Folktale": Tomo 2: 181-187.

-> A principios del siglo XX la investigación trató de resolver el conflicto entre estas teorías incompatibles:

- **El método histórico-geográfico:** que trató de reconstruir, localizar y fechar la forma primaria del cuento, a través de una comparación sistemática de las versiones disponibles orales y escritas.

Entre las principales conclusiones que este método ha aportado a la narrativa oral cabe destacar las "leyes" de la dinámica de estas historias en la sociedad:

- 1) Las historias populares **son diseminadas de forma centrífuga** de forma independiente a la migración humana, los contactos comerciales y las afinidades lingüísticas.
- 2) Las historias mantienen sus semejanzas temáticas a través de un **principio auto-corrector** que guía a los narradores a las versiones centrales: cada narrador aprende la historia de muy diversas fuentes y la síntesis derivada de ellas, a su vez, sirve como una de las fuentes posibles para narradores sucesivos.
- 3) Las innovaciones en las historias -muchas veces producidas por errores o falta de memoria- que causen una respuesta positiva, puede establecerse en una comunidad y generar un subtipo de esa historia.

- **El método morfológico:** este método desplazó la cuestión histórica del cuento particular al género en general, tratando de encontrar las raíces históricas del cuento popular. El investigador que propuso este método fue el folclorista ruso Vladimir Propp (1895-1970). Su método de investigación consistía en un doble análisis:

- 1) El análisis diacrónico: de los cambios producidos por el tiempo en una misma historia.
- 2) El análisis sincrónico: centrado en los elementos de una historia popular en un determinado momento.

Los conceptos básicos de este método eran la "función" y el "rol". Las **"funciones"** son los elementos fundamentales de la historia y cada una se identifica con la acción de un personaje descrita en términos de significación para el curso de la acción del cuento. La definición de cada función es un término descriptivo abstracto: ausencia, violación, marcharse, etc...

Según Propp, **las funciones del cuento popular no exceden de treinta y una**, y cada una mantiene distinta secuencia que es lo que caracteriza al cuento popular como un género.

Normalmente estas funciones se producen como unidades de pares lógicos de causa-efecto, acción y su consecuencia -persecución y rescate, pelea y victoria,

etc...-.

Los **personajes** de los cuentos populares encarnan **siete "roles"**: el malvado, el donante, el bueno, la princesa, el despachador, el héroe -buscador o víctima- y el falso héroe. Cada uno de ellos tienen una esfera de acciones que cumplen funciones apropiadas a ellos.

Este método permite obtener regularidades narrativas formales de forma que puede llegarse a elaborar una "gramática" de la historia popular.

Aparte de este autor, cabe mencionar, aunque de forma independiente a esta tendencia de estudios morfológicos que inició Propp, al lingüista estadounidense **William Labov**, que propuso el método de **Descripción formal**.

Este investigador definió las partes básicas de la narración no en términos de significación, sino en términos de **posición en la secuencia** y **función retórica** en la narración. Su análisis utilizó narraciones de su experiencia personal, pero éste puede relacionarse con la morfología de la historia popular.

Los términos descriptivos que propuso Labov fueron:

- Abstracción.
- Orientación.
- Acción de complicación.

- Evaluación.
- Resultado de la resolución.
- Coda: pasaje que finaliza una composición.

- **Método Etnográfico:** este método extiende su objetivo de investigación a la narración en la sociedad y la cultura. Los conceptos claves del método etnográfico son:

- El narrador de la historia.
- La realización.
- El contexto.

envueltos en la tradición narrativa de una cultura en la actividad verbal de sus miembros individuales y sus instituciones sociales.

En cuanto a la **interpretación de estas narraciones populares** existen diferentes análisis explicativos según el marco específico de referencia. La validez de esas interpretaciones dependen de la correspondencia entre las historias y la teoría construida que sirve para su explicación. Se distinguen las siguientes interpretaciones:

-> **Interpretaciones psicoanalíticas.**



-> **Interpretaciones antropológicas:** tanto los cuentos populares, como otros géneros narrativos, han complementado a la observación directa y a la participación en la vida de la gente tradicional. De hecho, estos cuentos son las historias que elaboraban para ellos y sobre ellos, sus fantasías y su pasado. Los cuentos populares se convierten así en el testimonio de mayor valor sobre la sociedad vista por ella misma.

La validez de la interpretación de estas historias dependen de su acuerdo con la conducta social, el análisis del lenguaje y sus símbolos religiosos, y de información sobre la estructura sociopolítica y la historia. Partiendo de estas premisas la interpretación antropológica ha tomado tres direcciones:

- 1) La primera considera a las historias como reflejo de la cultura y la historia.
- 2) Otra dirección implica la consideración de estos cuentos -igual que los actos sociales, las formas artísticas y los rituales- como posibles visiones que se desarrollan dentro de la mente de las sociedades tradicionales (se percibe una clara influencia del psicoanálisis).
- 3) En tercer lugar, se produce una interpretación funcional que proporciona a estas historias una significación en términos de una contribución a la cohesión social y cultural.

-> **Interpretaciones literarias:** estas interpretaciones han sido formuladas desde dos tendencias contrastadas:

1) La Etnopoética (traducción de "Ethnopoetics"): es una rama de la investigación que busca los principios poéticos con los que las sociedades no literarias han creado y representado su arte verbal. Este análisis está basado en los términos, conceptos y frases lingüísticas en los textos del propio grupo en estudio.

2) El criticismo del cuento: formulado por el folclorista suizo Max Lüthi, esta tendencia propone una serie de conceptos críticos -retomados del vocabulario crítico del arte moderno- que permitirán la interpretación de la historia en sus propios y apropiados términos.

Las **Narraciones Gráficas** -o "Comics"- están siendo estudiadas en la actualidad por **Antonio Lara**. A continuación nos referiremos a las principales características que este autor otorga a este tipo de narraciones, para, a continuación, relacionarlas con algunas intrínsecas al estudio del Rumor.

1) El "Cómic" está inmerso en un contexto poco favorable: el menosprecio del mundo "culto" por este tipo de narración lo sitúa en un contexto infantil o en un ambiente de iletrados.

En este aspecto, el Rumor adolece del mismo escaso interés que ha caracterizado al "Cómic" por parte de los investigadores y profesionales de la comunicación.

2) El "Cómic" tiene una extraordinaria penetración y capacidad expresiva. Entre los recursos de su expresión crítica -dimensión que estudiaremos más adelante- queremos destacar la caricaturización, la utilización de prototipos, el uso de vocabulario jocoso y el recurso a personajes periféricos.

3) Al igual que con el Rumor, es preciso redefinir los sentidos antropológicos de la cultura "viva", y no limitar su estudio por restricciones sociales y costumbres.

4) En el estudio del "Cómic" pueden ser encontradas las claves de determinadas épocas -al igual que el estudio del rumor por parte de los psicólogos norteamericanos fue sintomático de la época bélica que sufrían-.

Ya hemos mencionado la capacidad expresiva del "comic". Pero debemos profundizar en el contenido de esta expresión y de la función que desempeña. Para ello, hemos querido recordar las conclusiones obtenidas por la Doctorando en un estudio realizado en 1989 sobre el "cómic", su función crítica y su influencia o reflejo cultural.

La **dimensión crítica** del "Cómic" es doble:

- En primer lugar, si asumimos el concepto peyorativo de la palabra "crítica", que implica **descrédito, falta de reconocimiento, duda y desautorización**, parece que acertamos plenamente si definimos el **contexto** en el que se ha desarrollado el "Cómic".

Pero frente a su descrédito, el "Cómic" ha desarrollado una forma expresiva muy rica que le ha permitido a lo largo de la Historia hacer uso de la segunda dimensión del concepto:

- "Crítica" implica **análisis y valoración de los hechos e ideas vigentes**. El "Cómic" ha sido utilizado como vehículo de crítica social, ideológica o política ya que la "sociedad" le permite ciertas tolerancias y licencias prohibidas.

Incluimos las palabras del narrador gráfico de ficción científica, **Anfonso Font**:

"en este género, las situaciones parecen tan irreales que el lector acepta sin ningún rechazo las actitudes y grupos sociales que se ponen en cuestión".

La función fundamental del "Comic" es proporcionar evasión al público lector, lo que no anula su carga ideológica.

### **III.2.3.- Los Canales de la Comunicación**

José Luis L. Aranguren afirma que cada canal que se emplea para establecer la comunicación influye socialmente de diverso modo sobre el receptor e incluso, sobre el emisor mismo -no se habla de la misma manera el privado que en público (J.L.L. Aranguren, 1986: 99).

### **Canales naturales de Comunicación en Microgrupos**

De todas las formas de comunicación humana posibles, la más elemental es la interindividual, personal y directa. Si esta comunicación interindividual es de carácter confidencial, reservada o secreta se suele utilizar un lenguaje cifrado o una mínima clave de alusiones y palabras a las que se les dá una significación que trasciende a la usual.

Otro tipo de canales naturales de este tipo de comunicación son los "mentideros" públicos en los que el personaje principal suele traer noticias. Si esas "noticias" se extienden de manera más difusa se dice entonces que "se corre la voz" o que se "extiende el rumor". En este último caso también se tiende a anticipar informaciones y a modificar las actitudes de los receptores.

En la comunicación a través de un canal de doble dirección Aranguren distingue dos tipos de información que nos resultará muy útil para nuestro objeto de estudio:

- La información primaria: que contiene el mensaje que se transmite.
- La información secundaria: es el conocimiento de que ese mensaje está circulando y el de quién o quienes lo han recibido.

De hecho, en la conversación ordinaria el informador advierte en seguida, por la respuesta de su interlocutor, si el mensaje le es conocido o no.

Recogemos las palabras del autor al respecto (J.L.L.Aranguren, 1986:113):

"Si el mensaje, después de haber hecho todo su recorrido, a través de la red de canales del microgrupo, es "devuelto" al informador primero en forma tergiversada, la información secundaria actúa así, a la manera como, según vimos, puede funcionar positivamente la redundancia, como un correctivo de los errores de transmisión".

### **Canales naturales de Comunicación en Macrogrupos**

Los canales naturales de comunicación en Macrogrupos han sido hoy sustituidos por los canales artificiales de comunicación social.

Tradicionalmente, el único canal regular y natural de los macrogrupos han sido los templos, que en nuestra cultura encarnaba la Iglesia. Hoy en día, en nuestra sociedad occidental van perdiendo importancia. Sin embargo, con el reconocimiento de los derechos de reunión y libre asociación, las diferentes asociaciones y macrogrupos van tomando la palabra a través de los canales actuales de Comunicación masiva o a través de los "Simposium" y Congresos.

#### III.2.4.- El Objeto y los Datos de Referencia

Al principio del capítulo III.2. citábamos las condiciones que Manuel Martín Serrano establecía para que se produzca un fenómeno comunicativo. Entre ellas afirmábamos que el Actor es capaz de **representar** las cosas, los seres - y en algunos casos- las situaciones, como **objetos de referencia** de la interacción comunicativa.

Este investigador español define el **objeto de referencia** como aquello a propósito de lo que se comunica, y puede ser un objeto material o ideal (M. Martín Serrano et al., 1982: 178). Los "entes" con los que cabe establecer relaciones referenciales son:

- a) Entidades de la Naturaleza.
- b) Seres humanos.
- c) Entes de la razón y seres ideales.
- d) Aconteceres: que pueden ser:
  - d.1) acontecer ya cumplido y repetible.
  - d.2) acontecer ya cumplido e irrepetible.
  - d.3) acontecer todavía no cumplido.

Los datos de referencia sólo pueden ofrecer información parcial a propósito del objeto de referencia al que alude la comunicación. Esta parcialidad plantea la cuestión de la **validez** de la comunicación.

Martín Serrano resuelve este problema afirmando que la comunicación verdadera es aquella que utiliza datos de referencia objetivos, significativos y válidos, lo que quiere decir que dichos datos de referencia, además de confiables y explicativos, son suficientes para servir a la praxis comunicativa. De todas formas, este autor nos recuerda que las distintas mediaciones en el uso de los "media" que introduce cada sociedad afectan a la **veracidad de la información**.

Los objetos de referencia han ido cambiando a lo largo de la historia, de forma que cabe distinguir dos formas de comunicación de verificación:

1) **Comunicación de verificación vicaria:** el objeto de referencia no participa en la génesis de los datos de referencia que el receptor recibe a través del "medium", ni está disponible para probar la pertinencia ni la transparencia de los datos en el momento en el que se produce la comunicación. El receptor deberá, por tanto, aceptar la autoridad del emisor y el emisor deberá confiar en la capacidad de reconstrucción del receptor. A ese referente se le llamará **"referente vicario"**.

En este tipo de comunicación si se pone en duda la objetividad del producto comunicativo, al mismo tiempo se está cuestionando la autoridad del "ego" -o viceversa-. De hecho, se suele anteponer el juicio de valor referido a los intérpretes del discurso, como supuesto de la validez del mismo.



2) **Comunicación de verificación referencial:** el objeto de referencia si interviene en la génesis de las expresiones: serán **datos de referencia**.

En este tipo de comunicación el emisor puede rechazar la figura del receptor -o viceversa- y, en cambio, aceptar los contenidos de la comunicación.

El concepto que resulta de gran utilidad para nuestro estudio del rumor es la **regresión comunicativa**, proceso que Martín Serrano describe de la siguiente forma (M. Martín Serrano et al., 1982: 207):

"Cuando un proceso comunicativo de verificación referencial resulta utilizado según el modelo comunicativo propio de una comunicación de verificación vicaria, siendo posible el recurso al juicio de realidad, el emisor sigue haciendo uso del juicio de autoridad y el receptor recrea los hechos a partir de datos subjetivos."

Los factores responsables de la **regresión comunicativa** pueden ser cognitivos -con la evolución de la mente humana- y educativos.

El desarrollo de la tecnología de la comunicación es la mejor muestra del empeño social por sustituir la comunicación de verificación vicaria por la referencial.

### III.3.- EN LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

---

Desde los primeros tiempos de la civilización humana la necesidad de comunicación se hizo patente para realizar las funciones más básicas: alimentarse y vestirse -actividad de la caza-, reparto de funciones -colaboración en las diferentes tareas y convivencia-, etc...Un paso más en la evolución de nuestra civilización lo constituyó la necesidad de información para acceder a experiencias no conocidas directamente. El sistema informativo más antiguo fue oral, y el ágora griega y la plaza pública de los romanos, se recuerdan como claros ejemplos históricos de centros de difusión informativa de los precursores de nuestra civilización.

Recordemos también que en la Edad Media Europea la tradición oral caracteriza a la transmisión popular de la información: las canciones de gesta y otras formas de manifestación popular transmitían información de hechos históricos, políticos, legendarios o de simple invención personal.

*En el mundo contemporáneo, cabe destacar los balbuceos que la radio, como medio oral de información estaba experimentando en los comienzos de la I Guerra Mundial. La Radio, en poco tiempo se convirtió en el medio de comunicación de masas más ágil de los conocidos. De esta manera la noticia cotidiana encontraba con este medio de transmisión su vehículo de expresión más extenso.*

Al final de la II Guerra Mundial la televisión, como medio audiovisual de transmisión de información, consiguió revolucionar los sistemas de expresión de los hechos. Con la actual irrupción de la transmisión a través de Satélites, y la utilización del Cable, este medio de comunicación ha culminado- al menos por ahora- las relaciones entre el sujeto receptor y el emisor del mensaje informativo.

A continuación nos centraremos en una de las formas de comunicación oral más próximas al objeto de nuestro estudio -el rumor-: la propaganda.

### **III.3.1.- El estudio de La Propaganda**

En el apartado anterior ya se han mencionado las principales aportaciones de **Alejandro Pizarroso Quintero** al estudio del rumor desde, la **Historia de la Propaganda**. A continuación se analizan con más detenimiento algunos de los hechos que más nos interesa entre los que destaca Pizarroso Quintero en su estudio histórico de la propaganda (pp. 45-pp. 125). Además de exponer sus aportaciones iremos situando cada época según ciertos datos históricos relevantes que se constatan en el Atlas Histórico Mundial de Herman Kinder y Werner Hilgemann (1970).

#### ***La propaganda en la Antigüedad***

\* En el **mundo mesopotámico protohistórico** (3er. milenio antes de nuestra era) Pizarroso apunta que existía un complejo mecanismo de comunicación estatal (ciudades-estado) que no descartaba la escritura. Esta incipiente propaganda queda

demostrada en esos escasos escritos que se han conservado hasta nuestros días, que ensalzaban la fuerza de los monarcas.

Los sacerdotes sumerios utilizan en un principio (entre 3.200-2.800 a.c) la escritura para la contabilidad y administración de sus templos, centros políticos, religiosos y económicos. Más adelante, en la época en la que se unifican los sumerios con los acadios su literatura alcanza su cenit. También el poder político cambia basándose en un sistema de economía teocrática, administrada por una gran democracia.

Los emisores de la propaganda eran fundamentalmente dos:

- Los reyes y la casta guerrera.
- y el clero en el templo, centro de actividad económica.

\* De la **civilización egipcia** (desde 2.850 -525 a.C.) destaca su propaganda religioso-civil cuyo fin era reforzar el consenso social en torno a las castas dominantes y al Faraón. La grandiosa arquitectura egipcia y los propios monumentos faraónicos, constituyen un bello ejemplo de su magnífica propaganda "divino-política". Además se conservan textos y cantos de carácter épico-heroico que pueden ser considerados claros instrumentos propagandísticos. También cabe recordar la revolución espiritual monoteísta de Amenofis IV, por el empleo de la propaganda para la consecución de sus fines: excluir las divinidades locales.

\* En la **civilización griega** la libertad de expresión nos permite empezar a hablar de los conceptos de opinión pública y de propaganda política que utilizamos en nuestros días. Las

obras que cita Pizarroso -"Los Persas" y "Las Comedias" de Aristófanes- tienen intencionalidad política, por lo que las considera buenos ejemplos de la propaganda escrita. En el segundo caso la propaganda lleva tintes satíricos que facilitan la aceptación del público.

Nos vamos a extender algo más en la sátira ateniense porque la carga, aceptada, de crítica social que conlleva, tiene características curiosas para el estudio del rumor. En palabras que Pizarroso cita de Luis Gil "la teoría oficial ateniense siempre fue que la "parrhesia" cómica era necesaria para descubrir los vicios públicos y advertir a la ciudad sobre los males que de ellos pudieran derivarse".

Además de esta sátira, los atenienses han sido protagonistas en la historia de la Oratoria. Su función propagandística era evidente, por servir a objetivos democráticos: Pericles se hizo tan poderoso entre otras cosas, por su elocuencia.

Como se ha indicado anteriormente, **la mayor aportación de la sociedad griega fue su elaborada teoría de la persuasión, en la que la "Retórica" de Aristóteles ocupa el lugar más importante.**

Pizarroso también recuerda la actividad de los sofistas griegos, que desarrollaron técnicas de convicción independientes de los contenidos de los mensajes, clara muestra de la importancia que dieron a la forma de presentar los diferentes argumentos para la consecución de unos determinados fines e intereses.

Otro caso que ejemplifica muy bien la actitud propagandística de la antigüedad clásica es el Oráculo de Delfos<sup>39</sup> que Pisístrato utilizaba para sus propios fines. Como todo Oráculo, era una forma de manifestación de la voluntad de los dioses en las cuestiones concretas que se les consultaban.

Las monedas, unidades de trueque que representaban un artículo importante en la vida de la comunidad, empezaron a ser en aquella época instrumentos de la propaganda griega al reproducir en sus caras la faz y escenas de los personajes más emblemáticos de su civilización<sup>40</sup>.

---

<sup>39</sup> Según la Gran Enciclopedia del Mundo editada por Durvan en 1961 " El Oráculo de Delfos fue el más famoso de todos los antiguos. En el interior del templo de Apolo, en Delfos, existía una pequeña hendidura situada exactamente encima de la fuente Casótide, de la que emanaban vapores. Encima de la hendidura se colocaba un trípode de oro, sobre el que se sentaba la profetisa (llamada Pitonisa). Cuando los vapores se elevaban de la abertura, la envolvían, llegaba a intoxicarse y, en su frenesí, daba expresión al oráculo que el sacerdote asistente anotaba y entregaba a un poeta. Este se encargaba de dar al mensaje expresión normal, un tanto enigmática, en versos hexámetros. El oráculo según el cual Apolo castigaba no sólo las malas acciones, sino hasta los malos pensamientos, indica la elevada moral que mantenían."

<sup>40</sup> Según la citada Enciclopedia "Históricamente las monedas constituyen eslabones que enlazan los primitivos capítulos de la historia. Como auténticos documentos, van jalando literalmente la evolución de la humanidad desde la antigüedad remota hasta nuestros días, pasando por los de los reyes griegos y persas, los de los césares romanos, los del nacimiento y auge de la Era Cristiana, los de los señores feudales y los de los grandes imperios modernos...Las primeras monedas acuñadas aparecieron en Lidia hacia el año 700 a. de J.C....Con el perfeccionamiento de los procedimientos de acuñación aparece la decadracma de Siracusa (415-405), una de las más bellas monedas que se conocen. En la izquierda del anverso muestra la cabeza de Perséfone (Proserpina)...En el reverso puede admirarse una cuádriga a la izquierda y, a la derecha, Niké (la Victoria) volando en actitud de coronar al auriga. El artista creador de esta moneda fue Evaentós. Otro tipo aparece firmado por Kimón".

Alejandro Magno, el gran símbolo de la expansión imperial en la antigüedad, hizo uso de la propaganda como instrumento de cohesión y adhesión de los territorios conquistados para conseguir su máximo objetivo: el dominio del mundo conocido. Su campaña panhelénica; la creación de un sistema monetario unificado; la fundación de más de 70 ciudades para, entre otras cosas, difundir la lengua y cultura griegas; la construcción de carreteras y canales de riego, son algunas de las mejores muestras de la historia de la puesta en práctica de una eficaz y "gigantesca" campaña propagandística.

\* **Del Imperio Romano** (que abarca un periodo superior a 1.000 años: desde la fundación de la ciudad -753 a.J.C.- hasta la caída del Imperio de Occidente -454 d.J.C.-) Pizarroso recuerda la afirmación de Oliver Thomson respecto a Esparta y la Roma republicana: "tienen mucho en común en cuanto a los mecanismos de propaganda como factor de cohesión interna". Estos mecanismos se basan en:

- Disponer de una imagen muy definida del propio poder político hacia el interior.
- Disponer de un "decidido patriotismo".
- Mantener un ideal de virtual sobriedad y ascetismo como características esenciales.

La mayor originalidad de los romanos en materia de propaganda fue la que dirigieron hacia el exterior. Junto a su expansión militar practicaron una política de integración desconocida hasta entonces: se trataba de "exportar su sistema", su organización política, sus ideales y sus leyes. Entre los gobernantes del Imperio Romano es Cayo Julio Cesar (100-44 a.J.C.) el que protagoniza nuestras páginas dedicadas a este tipo de comunicación persuasiva: junto a la palabra escrita (con sus obras "Guerra de las Galias" y "Guerra Civil"), las monedas y la "propaganda de los hechos", utilizó la oratoria para sus campañas militares y civiles. En sus palabras se encontraba la emotividad justa y sobriedad necesarias para cada ocasión, así como la facilidad para encontrar el lema más acertado: "lacta alea est" o "veni, vidi, vici" formaron parte del acervo popular romano.

### ***La propaganda en el Occidente Medieval y en el Islam***

Pizarroso considera "Edad Media" en la historia de la comunicación al periodo comprendido entre el momento en que se fragmenta definitivamente la unidad política romana y el momento en que se inventa y se extiende el uso de la imprenta. La fragmentación política no arrastró consigo a lo espiritual puesto que la Iglesia y el cristianismo fue la eficaz heredera del Imperio Romano: dotó de unidad espiritual a toda Europa con la única competencia del Islam.

Por lo tanto será la Iglesia la principal propagandista de la época medieval, bien a través de la palabra hablada, bien a través de la imagen y los símbolos.



Los Papas, que se convierten en grandes propagandistas, como fue el caso de Gregorio I (520-609), impulsan la férrea estructura piramidal de la Iglesia Romana, a través de imágenes y pinturas para aquellos fieles analfabetos.

Los sermones y la predicación como instrumentos de la propaganda de la Iglesia proliferan a partir del siglo XI con las órdenes religiosas que se dirigen más hacia el exterior. Los sermones llegaban a afectar tanto a la vida religiosa de los fieles y a sus propias vivencias cotidianas, como a las cuestiones políticas del momento.

El acento emocional en la propaganda eclesial lo proporcionó León IX (1049-1054) cuyos concilios -Roma, Reims y Maguncia- vivificaron los canales de comunicación intraeclesiales, al utilizar reliquias, espectaculares denuncias y otros golpes de efecto para manipular emocionalmente a sus fieles.

Otros Papas que se destacaron en la historia por sus labores propagandísticas fueron: Gregorio VII (1073-1085), el creador de la idea de "Cruzada"; Bonifacio VIII (de principios del S.XIV), el autor de la Bula "Unam Sanctam", la más rígida declaración de la supremacía universal del Papa; y Urbano II (1088-1099), que inició la predicación de la primera Cruzada.

Humberto des Romans, el padre general de los Dominicos, redactó entre la séptima y la octava cruzada una especie de Guía de la propaganda de las Cruzadas, donde se encontraban instrucciones detalladas para la predicación durante su organización.

Con la instauración de la Inquisición la propaganda tomó ciertos matices diferentes: el secreto, la incertidumbre, la publicidad de los castigos, la confesión y la retractación eran claros ejemplos de acción psicológica.

También se debe recordar la fuerza "propagandística" religiosa de los milagros y los misterios, que ha permitido que se conozcan hasta nuestros días.

Esta destacada función de la Iglesia en la reproducción y extensión del "status quo", se completaba con las alegres **Canciones de Gesta** que los **Juglares** tenían a bien representar.

Con el desarrollo de las ciudades se desarrollan las "Crónicas Cívicas", relatos que recogían con detalle hechos y acontecimientos menores de la vida cotidiana de entonces. En esta línea cabe mencionar también las "Crónicas señoriales o reales" entre las que destaca la realizada por Alfonso X en castellano.

En la **Baja Edad Media** la propaganda va adquiriendo características más parecidas a las actuales, al menos en la diversidad de frentes. En concreto, en aquel momento se abren tres:

- Contra la Iglesia.
- Contra la nobleza feudal.
- Contra el Imperio.

\* La **propaganda musulmana** también partía de la identificación del poder político con el poder religioso. Como la Iglesia, el Islam tiene en la religión su mejor arma propagandista. Si a ella unimos la movilidad del pueblo islámico, la amplitud de sus redes comerciales, y la unidad económica en vastos territorios, la propaganda musulmana conseguirá una gran rapidez de comunicación y una eficacia muy superior a la del mundo feudal que se mantiene encerrado en sí mismo.

### ***La propaganda en la Edad Moderna***

La propaganda en la Edad Moderna se caracteriza por tres hechos que cambiaron el rumbo de la historia y que, a su vez, significaron el **primer salto cualitativo** para el desarrollo de esta técnica de comunicación:

- \* La Revolución de la Imprenta.
- \* La Reforma, como ruptura de la unidad espiritual.
- \* El Nacimiento del Estado Moderno.

Entre éstos, el que más nos interesa para la propaganda oral fue la figura de Lutero que se manifestó como un gran manipulador de las masas, que apelaba más a los sentimientos que a la razón. Su campaña fue contrarestada desde la Iglesia en España por la Contrareforma, que, al fortalecer el papel de la Inquisición, impidió la expansión de la Reforma Protestante.

En España, la Compañía de Jesús que fundó el ex-militar Ignacio de Loyola adquirió un destacadísimo papel por su organizado mecanismo propagandístico: a partir de la absoluta disciplina y obediencia, esta organización jerárquica se autoalimentaba de ejercicios espirituales y de un fuerte espíritu misional con total vinculación al Papa.

**El segundo salto cualitativo para la técnica propagandística fue provocado por:**

- \* La Revolución americana.
- \* La Revolución francesa.
- \* La Propaganda Napoleónica.

En el capítulo anterior dedicado al estudio del rumor desde la historia de **la propaganda**, ya citamos las palabras de Pizarroso Quintero respecto a la importancia que el Emperador Napoleón **dió a la creación y difusión controlada de rumores.**

Como entonces dijimos, el rumor formaba parte de su plan de comunicación jerarquizado (Pizarroso Q.A., 1990: 22):

- \* Ciertas noticias eran censuradas.
- \* **Otras no se publicaban pero se difundían a través del rumor.**
- \* Otras se publicaban en diarios locales, no nacionales, para poder calibrar la reacción de la opinión pública.
- \* Otras se publicaban en los periódicos.
- \* Otras noticias, además, se imprimían en carteles murales.

La propaganda napoleónica era dirigida tanto hacia el exterior del Imperio como hacia su interior. En el exterior utilizaba la propaganda nacionalista, incluso con espías e infiltrados, para dividir y vencer así a sus enemigos.

### *La propaganda en el siglo XIX*

En el siglo XIX Pizarroso identifica las siguientes condiciones para el desarrollo de la propaganda:

- \* La lucha contra el régimen de la Restauración que tiene lugar en Europa da lugar a una propaganda liberal y nacionalista centrada fundamentalmente en la prensa, la creación de sociedades secretas y las intentonas revolucionarias.
- \* El movimiento obrero inicia el uso de la propaganda en la vida política, tanto en Europa como en los Estados Unidos.
- \* Carlos Marx protagoniza gran parte de la propaganda ideológica del momento.
- \* Se produce la expansión colonial de las potencias europeas.
- \* En los Estados Unidos, la sociedad civil será el sujeto y el receptor de la propaganda.
- \* Japón se abre a la cultura occidental y se configura como una de las grandes potencias mundiales.

***La propaganda en el mundo contemporáneo***

En la historia contemporánea de nuestro siglo XX se produce el **tercer salto cualitativo en la historia de la propaganda** política y de guerra, debido a su utilización estatal a gran escala:

- \* La 1ª Guerra Mundial.
- \* La Revolución Rusa.

En el capítulo anterior hemos analizado la incidencia que en los Psicólogos sociales norteamericanos tuvo la propaganda de guerra y la función que se le asignó al rumor. Pizarroso Quintero sitúa aquí la aparición de la propaganda científica.

En la investigación de la historia de la comunicación de nuestro siglo XX, Jesús Timoteo Álvarez, catedrático de Historia del Periodismo en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, realiza un amplio recorrido por los distintos modelos de comunicación que explican cómo ha discurrido la información durante estos años. En su obra "Historia y Modelos de la Comunicación en el Siglo XX. El nuevo orden informativo", Jesús Timoteo Álvarez analiza la evolución experimentada por la información, fundamentalmente periodística, desde 1880 hasta nuestros días. Además de estudiar las fases que la Propaganda vive en este siglo, establece sucesivas "generaciones" determinadas fundamentalmente por los medios de comunicación empleados.

En el capítulo VI que Timoteo denomina "Estratos en la Evolución Informativa del Siglo XX", se hace referencia a que el orden informativo de nuestro siglo tuvo sus precedentes en las características de la comunicación popular, ejemplificada en los fastos imperiales y sacerdotales, las fiestas populares y las formas de comunicación para el pueblo llano de las Edades Media y Moderna. En sus propias palabras "la predicación popular -que en siglos de experiencia se fue plasmando y cristalizando en acabados modelos, recogidos por los sermonarios- contenía los ingredientes de agresividad, viveza y adaptabilidad propios de la prensa nueva...Lo mismo puede decirse de ... las narraciones populares de todo tipo que alimentaron los espíritus rurales entre los siglos XVI y XVIII"(Alvarez, J.T, 1992: 50).

Con el estallido de la I Guerra Mundial, en 1914, se inicia la organización desde el propio Estado de formas de información programadas que dieron lugar a la **"propaganda científica"**. No sólo los periódicos se transformaron en medios de propaganda interior y exterior, sino que el conflicto bélico "exigió" **la contribución de todas las formas de expresión disponibles**. J.Timoteo Alvarez recuerda la estrecha colaboración surgida entre el Gobierno inglés y los magnates de la prensa británica, entre 1916 y 1929. Propaganda inglesa planificada, que tuvo su natural prolongación en los Estados Unidos: "Wilson crea en 1917 un Comité de Información Pública dirigido por el periodista G.Creel y coordinada con la oficina inglesa en Nueva York...La práctica totalidad del territorio de los Estados Unidos fue cubierta por oradores -se habla de que el Comité Creel pagó a más de 75.000 oradores

y más de 750.000 discursos, incitando a los americanos contra el enemigo" (Alvarez, J.T, 1992: 83). Las fases que establece este autor en la **evolución de la propaganda científica, entre los años 1914 y 1918**, son las siguientes:

\* **Primera Fase:** abarca 1914 y primeros meses de 1915: la información queda sometida a la censura militar, produciéndose el enfrentamiento entre los organismos de censura y los editores. J. Timoteo Alvarez afirma al respecto en la página 85 de su obra: "...forma de propaganda antigua, confirmada ya como técnica militar hace 2.400 años, fecha en que suele datarse "El Arte de la Guerra" de Sun-Tzu".

\* **Segunda Fase:** desde 1915 hasta mediados de 1917: se identifica información y propaganda hasta el punto que los corresponsales no eran cronistas sino "relatores": no intentaban describir lo que estaba sucediendo, sino lo que hubiesen deseado que sucediera. "Eran cantores de gesta..." (Alvarez, J.T., 1992: 85).

\* **Tercera Fase:** con la crisis de 1917 esta fase culmina en la organización informativo-propagandista. La intensiva propaganda anterior creó la incredulidad de los civiles, por lo que la propaganda se fue transformando en mensajes sutiles y hábiles, combinados con otras formas posibles de influencia.

La propaganda científica, que el autor la define también como mecanicista o directa, era regida por unos principios recopilados por **P.Quentin en 1943**, difundido por J.M. Domenach años más tarde, y recordados por este autor en este capítulo:



1- **Ley de la Simplicidad**, para que el auditorio realice un mínimo esfuerzo se utilizaban enunciaciones primarias y símbolos e imágenes accesibles a todos.

2- **Ley de la Espoleta**, "atacando a los espíritus por la parte más débil e inesperada".

3- **Ley de la Simpatía**, por la cual las opiniones no se combaten con otras opiniones, sino con sentimientos y provocaciones sensacionales.

4- **Ley de Síntesis**, la intuición es más poderosa que la razón, y por ello la síntesis más importante que el análisis.

5- **Ley de la Sorpresa**, o conciencia de que la más eficaz mentira es una verdad a medias.

6- **Ley de la Repetición**, según la consigna de Napoleón: "sólo conozco una regla retórica: la repetición".

7- **Leyes de Saturación y Desgaste**, como corolario de las anteriores.

8- **Ley de Dosificación**, la propaganda no es suma del número de periódicos y radios, sino resultado de una presencia y una imagen.

9- **Ley de Unidad de Orquestación**, con su "andante" y su "adagio".

**La información en el periodo de entreguerras** queda también marcada por la propaganda tanto en el lenguaje utilizado como en la organización de la información, la intervención de los Estados, la concentración de emisores en los medios de masas, etc...Este período se caracteriza, además, por una especie de "gran explosión" de los medios: la prensa se ve desbordada por la agresiva competencia del cine, la radio, los comics, el cartel, etc..., con el **predominio de la palabra** (el más antiguo instrumento de persuasión) **y la imagen**. Los medios de comunicación son los primeros responsables del entusiasmo colectivo.

Continuando con las tesis de J.T.Alvarez, a partir de 1937, la propaganda exterior pasa de ser cultural a política y en cada Estado se van creando Ministerios de Información y Propaganda. Al estallar la **II Guerra Mundial se inicia una nueva fase en la evolución informativa: se generaliza la utilización de la información-propaganda siguiendo una estrategia mecanicista con el empleo de todos los medios materiales a su servicio. Entre ellos, destacará, sin duda, la Radio.**

Pero como ocurrió anteriormente, a la vez que se producía este despliegue propagandístico, fue creciendo la desconfianza hacia ella. Los propios responsables de esta forma de comunicación se negaban a utilizar este término.

Al término de la Guerra, con la paz, se produjo una reorganización informativa que se irá consolidando a partir de 1945: a esta era de la información se le llamó "Neocapitalismo Informativo". Algunos símbolos interesantes de esta época eran las Comisiones de "Salvaguardia de la Libertad de la Prensa". Entre 1945 y 1970 - primera y segunda guerra fría-, mientras Occidente vivía gran

prosperidad económica, los sistemas informativos se encargaron de justificar moral y teóricamente la existencia de los dos bloques.

Pero a partir de 1970 se empezó a poner en duda el Neocapitalismo y su modelo informativo al cuestionar la libre circulación informativa en detrimento del tercer mundo. Junto a ello, el rapidísimo desarrollo tecnológico acaba rompiendo el anterior modelo de comunicación. La sociedad de los años 80 adquiere así la calificación de "sociedad de información".

A finales de los años 80 se produce una nueva crisis del sistema informativo que el autor define en los siguientes términos: se perfila un mayor predominio de la imagen, se produce un desfase entre las capacidades que ofrecen las máquinas y la capacidad social de su utilización, se provoca un distanciamiento de la sociedad y el Estado aumenta su capacidad de control.

Por último, cabe recordar que entre los medios de *comunicación actuales*, este autor cita, en el apartado de otros medios, a los "confidenciales, "newsletter" o boletines de rumores", sin profundizar más en ellos (Alvarez J.T., 1992: 186).

### **III.4.- EN LA SOCIOLOGÍA**

---

Juan Díez Nicolás<sup>41</sup> clasifica las Teorías Sociológicas en dos grandes grupos, que son complementarios entre sí:

- Teorías centradas en la importancia del Consenso y la Cooperación Social.
- y las Teorías sobre la importancia del Conflicto y la Competición Social.

A continuación analizaremos aquellas unidades conceptuales que la Sociología estudia y están próximos a nuestro objeto de investigación, el rumor.

#### **III.4.1.- La Construcción Social de la Realidad: conocimiento e interacción en la vida cotidiana**

La concepción de la realidad como construcción social tiene su origen en la sociología del conocimiento que el filósofo Max Sheler defendió en Alemania en 1920. Sus antecedentes los encontramos, según afirman Peter Berger y Thomas Luckmann, en:

---

<sup>41</sup> DIEZ NICOLAS, Juan. "Sociología y Relaciones Públicas", en *Tratado General de Relaciones Públicas*. Madrid: Fundación Universidad Empresa, 1986.

- > El Marxismo, al considerar determinada la conciencia del hombre por su ser social.
- > Nietzsche, que consideraba el pensamiento humano como instrumento de lucha por la supervivencia y el poder.
- > El historicismo de Dilthey, con su relatividad y determinación situacional.
- > Durkheim, que consideraba los hechos sociales como "cosas".
- > Weber, para el que el objeto de conocimiento es el significado subjetivo de la acción.

Para nuestro trabajo de investigación, el aspecto que más nos interesa de la construcción social de la realidad es el **conocimiento en la vida cotidiana**, que va a ser ampliado en posteriores apartados.

### **El conocimiento en la vida cotidiana<sup>42</sup>**

**Peter Berger y Thomas Luckmann**, en su obra "La Construcción Social de la Realidad" de 1986, dedican un capítulo a este tipo de conocimiento. Ellos parten de la afirmación de que tenemos consciencia de que el mundo consiste en realidades múltiples; de ellas, la que se nos presenta como la más "real" es la de

---

<sup>42</sup> Amando de Miguel opina en su obra "Introducción a la Sociología de la Vida Cotidiana" publicada en 1969, que es realmente sorprendente tanto la resistencia a adentrarse en el campo de las relaciones interpersonales cotidianas como la sencilla facilidad con que parece entenderse una vez explorado. A. de Miguel concluye esta idea con la frase: "se puede sospechar que ambas cosas revelan un misterio" (A. de Miguel, 1969: 8). Para este investigador, las relaciones cotidianas merecen ser estudiadas no sólo por su interés intrínseco, sino también porque en ellas pueden descubrirse muchos "secretos" para lograr entender problemas más generales de la estructura social.

la vida cotidiana. Esta realidad se presenta objetivada -los objetos ya lo eran antes de estar nosotros- y se comparte con otros en un mundo intersubjetivo que permite que exista una correspondencia continua entre mis significados y sus significados.

El tiempo en la vida cotidiana es continuo y limitado incluso, hasta ser coercitivo (necesitamos conocer la hora y el día para situarnos en la vida cotidiana de nuevo). La interacción social nos permite acceder a la subjetividad del otro mediante un mínimo de síntomas. El "otro" se vuelve real para mí, en todo el sentido de la palabra, solamente cuando le veo "cara a cara". La realidad de la vida cotidiana se rige por unos esquemas tipificadores que condicionan la aprehensión y el tratamiento del otro. En este contexto, la estructura social es considerada como la suma de estas tipificaciones y pautas de interacción.

**El lenguaje en la vida cotidiana se produce por la objetivación de la expresividad humana. De hecho, estamos rodeados de objetos que "proclaman" las intenciones subjetivas de nuestros semejantes. Un caso de objetivación es la significación o producción humana de signos. Este sistema de signos vocales, visuales y verbales es el lenguaje que nos permite comprender la vida cotidiana. Berger y Luckmann sostienen que el lenguaje hace "más real" nuestra subjetividad ya que nos obliga a adaptarnos a sus pautas y es capaz de hacer presente una diversidad de objetos que se hallan ausentes del "aquí" y del "ahora" -tanto espacial, como temporal y socialmente-. En este sentido, el lenguaje construye enormes edificios de representación simbólica que parecen dominar la realidad de la vida cotidiana como "gigantescas" presencias de otro mundo.**

La interacción con los otros resulta afectada constantemente por nuestra participación común en ese conocimiento de la vida cotidiana, que se estructura en términos de relevancias - unas veces condicionadas por los propios intereses y, otras, por la situación general dentro de la sociedad-. Según esas relevancias, se produce una distribución social del conocimiento -que determina que se hable del trabajo con los del trabajo y no en casa- que estipula cómo se distribuyen ciertos conocimientos y que determina quién es la autoridad en esa materia.

### **Interacción en la vida cotidiana**

Otro investigador que ha dedicado tiempo y líneas a la sociología de la vida cotidiana ha sido **Erving Goffman** a finales de los años 60. Para el estudio del rumor, Goffman aporta una interesante perspectiva sobre el **papel que desempeña el individuo con relación a los que representan las demás personas presentes.**

Este autor considera la vida social como una escena dramática en la que cada uno adquiere un papel determinado en función del que "representen" los otros. El mecanismo de acomodación de estos papeles consiste en recoger **indicios** desde la observación de los otros y aplicar **estereotipos**. Esos indicios, según establece Goffman, parten de la expresividad del individuo desde dos tipos de actividad significativa:

- Los símbolos verbales.
- y las expresiones no verbales.

Para Goffman (Erving Goffman, 1987), en esta "representación teatral" de la vida cotidiana existe una **asimetría** en el proceso de comunicación porque el individuo sólo tiene conciencia de una de las *dos corrientes existentes* (Goffman se refiere a que éste no es consciente de las expresiones no verbales que produce). Para equilibrar esa asimetría, el individuo suele emplear mecanismos de control expresivo, preparando así la "escena" para un "juego de la información" que implica un acuerdo armónico de valores aceptados por todos.

Como el proceso empieza en los indicios que recibe cada individuo de los demás, la **información inicial que posea sobre alguien o algo será decisiva para definir la situación comunicativa y para actuar en función de ella.**

E.Goffman define la **Interacción "cara a cara"** como la **influencia recíproca de un individuo sobre las acciones del otro cuando se encuentran ambos en presencia física inmediata.**

A continuación recogemos la definición de otros conceptos importantes para la Sociología de la Vida Cotidiana propuesta por Goffman:

- \* **Actuación:** es la actividad total de un participante dado en una ocasión dada que sirve para influir de algún modo sobre los otros participantes. Cuando esa acción está preestablecida se le dará el nombre de "pauta" o "rutina".

El sujeto que encarna la actuación es denominado "actuante" que puede creer en sus propios actos o, por el contrario, ser escéptico ante ellos. La representación del actuante



desempeña el papel que se ha formado éste de sí mismo. Esta "máscara", como la denomina Goffman, es nuestro "sí mismo" más verdadero.

\* **Fachada:** es la parte de actuación del individuo que funciona regularmente de forma general y prefijada, como una **dotación expresiva:**

- **del medio tanto fijo como personal** (por ejemplo: el mobiliario, la decoración, en el caso del medio fijo; y el vestido, las insignias, etc..., en el caso del medio personal).
- **de apariencia:** dotación expresiva que informa acerca del estatus social del actuante (riqueza material entre otros factores) y del estado ritual.
- **de los modales:** nos informa de papel de interacción que el actuante esperará desempeñar en la situación que se avecina.

En general se produce una coherencia entre el medio, la apariencia y los modales.

\* **Idealización:** los actuantes tienden a ofrecer a sus observadores una impresión que es idealizada de diversas maneras: desde con nuestro comportamiento, hasta con nuestra profesión, jerga, etc...

Goffman afirma que en la mayoría de las sociedades, nosotros diríamos que en todas, parece haber un sistema fundamental de estratificación que suele conllevar una idealización de los estratos superiores que produce cierta aspiración a ascender a ellos por parte de los que se encuentran en una situación inferior.

En España **Amando de Miguel** decidió plantearse el estudio de lo que él llama "vida mínima y cotidiana" y recurrió a la perspectiva dramática de Goffman antes analizada y a las teorías del Sociólogo americano **George Simmel**, cuya unidad analítica era el **individuo y las relaciones entre los individuos**.

Simmel y Goffman coinciden en considerar la sociedad como un gran drama en la que los individuos son actores. Amando de Miguel nos recuerda las siguientes afirmaciones de Simmel (A.de Miguel, 1969: pp 129):

"existe un número inmenso de formas de relación y acción...que se ofrecen en cantidad incalculable y son los que producen la sociedad, tal como la conocemos, intercalándose entre las formaciones más amplias oficiales... Limitarse a éstas últimas sería imitar la antigua medicina interna, que se dedicaba exclusivamente a los grandes órganos bien determinados."

En el estudio de la interacción este sociólogo español coincide en gran parte con la teoría de Goffman aunque emplea un lenguaje más generalista. Su definición es la siguiente (A. de Miguel, 1969: 21): **interacción es todo evento que manifiesta, en un grado tangible, el flujo de una parte sobre las acciones exteriores o los estados mentales de la otra**

**La interacción dotada de sentido** -todo aquello que se presenta a una mente cualquiera como signo de alguna cosa...- de dos o más individuos humanos es el **modelo más general de fenómeno socio-cultural**, según sostiene A. de Miguel.

Las relaciones sociales son clasificadas por este investigador en:

- 1) Relaciones de conflicto.
- 2) Relaciones de competencia.
- 3) Relaciones de cooperación.

Si relacionamos esta clasificación con la que también este autor propone:

- a) Relaciones preferidas.
- b) Relaciones indiferentes.
- c) Relaciones que tememos.
- d) Relaciones que evitamos.

Podemos obtener la siguiente:

A) Relaciones de conflicto: pueden ser:

- A.1) Relaciones indiferentes.
- A.2) Relaciones que tememos.
- A.3) Relaciones que evitamos.

B) Relaciones de competencia: pueden ser a su vez:

- B.1) Relaciones que tememos.
- B.2) Relaciones que evitamos.

C) *Relaciones de cooperación*: que, en general, podemos considerarlas preferidas.

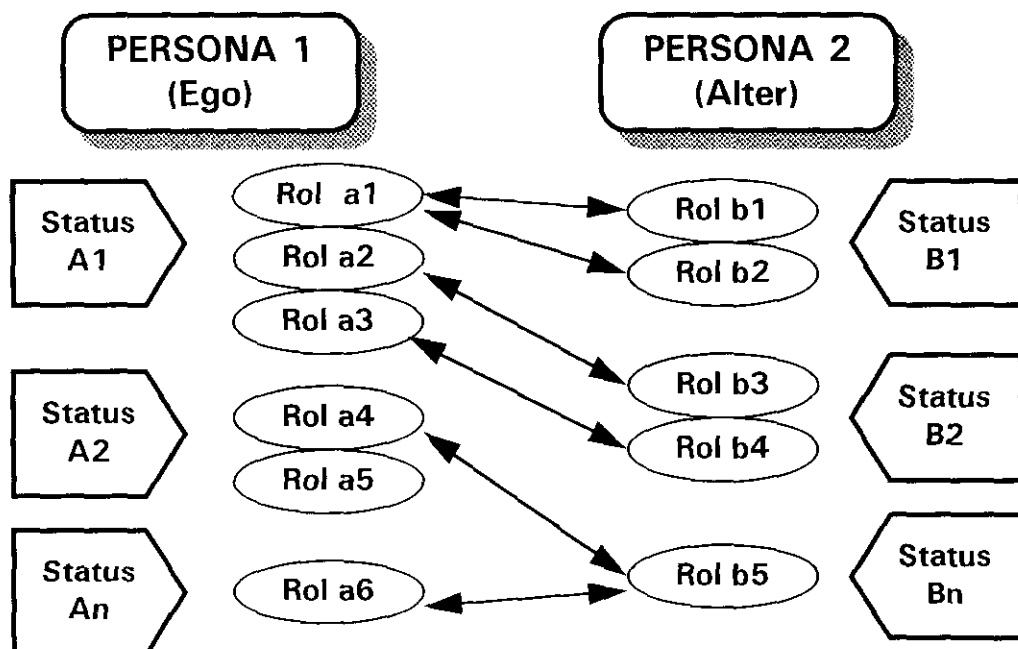
Además, A. de Miguel opina que son los "papeles" y no los individuos los que interaccionan entre sí. El "estatus", que suele ser calificado como "posición social", va adquiriendo en sociología el significado de **"posición en una escala jerárquica"** en la que se **distribuyen bienes socialmente escasos: poder, educación, venta y otros indicadores físicos como el humor, la simpatía, el atractivo, el erotismo, etc...** La valoración que los demás hacen de cada estatus -A.de Miguel cita el estatus ocupacional como el centro actual de todas las demás posiciones- es lo que se **denomina "prestigio"**.

Pero, la aportación más interesante de este autor es la consideración de que, **conociendo el estatus es posible determinar, con bastantes probabilidades de acierto, el modo de pensar y de comportarse de la persona en cuestión**. Es más, la combinación de los diferentes estatus que confluyen en una persona condiciona su forma de pensar y presentarse ante los demás.

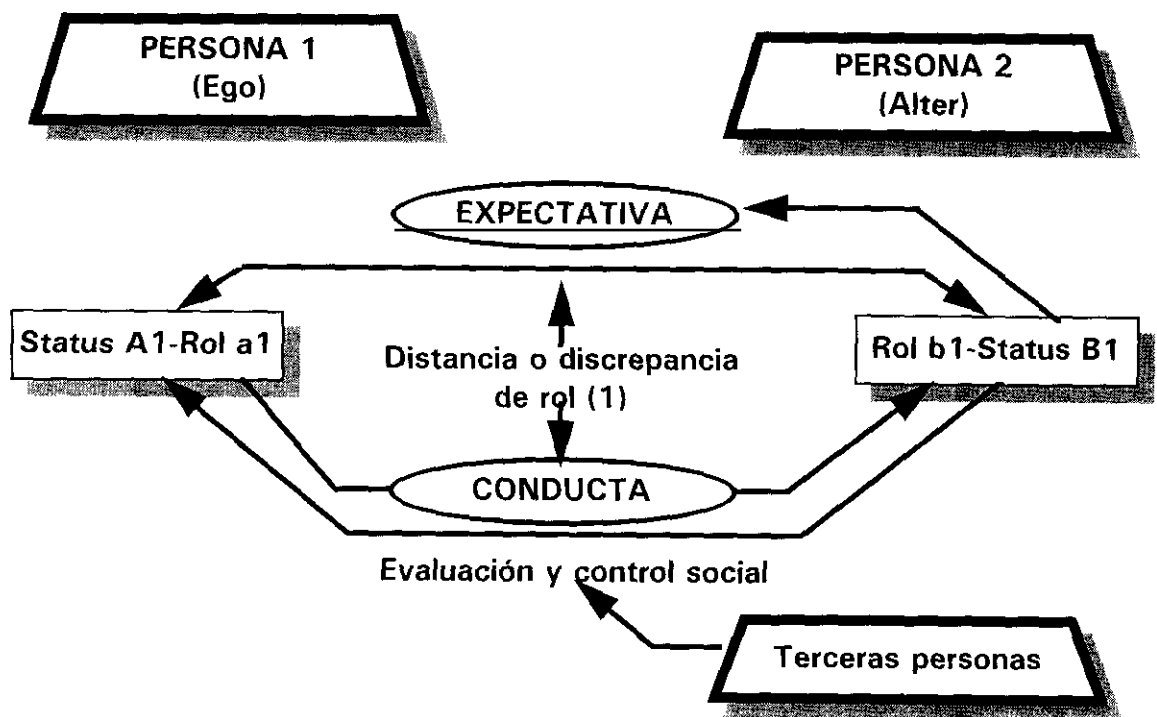
En la última conclusión citada, el sociólogo está diferenciando por un lado, el "estatus", **como elemento pasivo y descriptivo que no explica el elemento dinámico de las relaciones humanas diarias**, y el "rol o papel social", que se considera el elemento dinámico del estatus que permitirá explicar la dinámica de las relaciones humanas.

Para definir el "rol" del individuo el autor cita otro concepto de interés: la **expectativa mutua**, que significa la sensación que tiene todo individuo sobre lo que esperan de él los demás y lo que él espera de ellos. Cada haz de relaciones -que incluyen sus derechos, deberes, expectativas y reciprocidades- constituyen un "rol". por ese motivo, la palabra "persona" tiene etimológicamente el significado de "máscara": cada una de ellas adopta tantas "caras" o "papeles" ante las expectativas de las terceras personas (el "qué dirán" es un elemento eficaz de control social) como situaciones de interacción sean posibles.

A continuación reproducimos el Sistema de Relaciones de Rol que establece A. de Miguel (A. de Miguel, 1969: 30):



De este sistema de relaciones cuyos estatus y roles están determinados por el Grupo de Referencia deducimos que **el sistema de relaciones posibles es más limitado de lo que nos gustaría**. Veamos cómo resulta para este autor la **Estructura Interna de una relación de "Rol"** (A. de Miguel, 1969: 32):



(1) E. Goffman: si no hay distancia se cumple totalmente el "Rol".

Esos **mecanismos de control social** someten la conducta del ego a un juicio crítico que se ha denominado "**tensión de rol**" -"role strain" en la terminología de Goode- cuyo proceso se explica de la siguiente forma:

- Ante esa tensión, el "ego" procura mitigarlo o disimular mediante el humor, la regresión, la racionalización, la distracción aparente, e incluso la enfermedad.
- El "alter", mientras tanto, acepta casi siempre de buen grado los mecanismos de excusa o disimulo -ya que alguna vez le tocará actuar con márgenes de tolerancia en su propia conducta-.

El sonrojo producido por la vergüenza es la respuesta a una situación especial de tensión causada por un cierto tipo de incapacidad del "ego" para representar el rol adecuado, bien porque es un fallo del propio "ego" para asumir su identidad y su papel, bien porque aparece con una imagen distinta de la que "alter" o los demás esperan de él, bien por falta de autodomínio del habla, vestido o apariencia, o bien porque fallan las presunciones que "alter" y "ego" han hecho.

A. de Miguel, también considera los **Mecanismos de resolución de conflictos entre "roles"** de Robert K. Merton y Goode (A. de Miguel, 1969: 39):

- 1- La Jerarquización de obligaciones en los papeles: se racionaliza el no cumplimiento o cumplimiento parcial del que lo es menos.

2- Dar la razón al "más fuerte": es decir, permitir ciertas cosas a unos estatus y no a otros.

3- La eliminación de uno de los papeles: esta solución es más traumática.

4- El aislamiento de la conducta de "rol" del resto de las relaciones de "rol" potencialmente conflictivas: son, incluso, mecanismos institucionalizados: secreto profesional, libertad de cátedra, viaje de "luna de miel", la entrada de servicio, etc...

5- Ante la "incapacidad" de representar ciertos "roles", se actúa con éxito en otros "de cobertura": como es el caso de la elegancia de una mujer poco inteligente, la escasa elegancia de una muy inteligente, el "donjuanismo", etc...

Estos fallos en el cumplimiento de las expectativas y en el "juego de los roles" y el aprendizaje de nuevos "roles" es lo que considera A. de Miguel como **socialización**. Nuestra conducta habitual caracterizada por estas relaciones del "roles" llega a producir una **"imagen estereotipada" de nuestra personalidad**, que se convierte en una **fuerza normativa** -de obligaciones, gracias a esa fuerte presión- para que continúen las expectativas de conducta sobre nosotros. Gracias a estos estereotipos **la conducta humana es normalmente regular y predecible**, lo que nos permitirá medirla y estudiarla. Aun así, no olvidemos que el contenido de cada papel varía continuamente a medida que van sucediéndose las personas con las que entramos en contacto y conforme nos vamos desgastando en las relaciones cotidianas. Este cambio de papel va rompiendo lo que imaginamos que somos e influye en nuestra propia identidad.



## Interacción y comunicación

**Amando de Miguel**, dedica un capítulo de su obra ya citada a analizar algunos aspectos de la comunicación características de la interacción.

Según señala Goffman, la **comunicación** se produce, en primer lugar, con la **expresión corporal**, y, en segundo lugar, **con la conversación**, en su **doble vertiente**: la **presentación** y el **intercambio informativo**.

A. de Miguel, en primer lugar **cita a los Medios de Comunicación de Masas** como instrumentos de interacción personal, ya que **las noticias, argumentos, héroes y mitos constituyen uno de los principales temas de conversación** en una sociedad como la española. En muchos casos, los individuos tienen que conversar con personas no relacionadas intimamente y, el contenido del mensaje de los medios es tan familiar para esas personas que llega a ser el nexo de su interacción.

Por otro lado, el sociólogo español analiza los efectos en materia de comunicación que produce la interacción entre individuos de estatus diferentes: normalmente el individuo con estatus más bajo suele estar mejor informado sobre el otro. Esta ventaja inicial en la conversación ayuda a compensar la desigual posición social de partida.

Otro aspecto estudiado por él y que consideramos de interés es la importancia del **regalo en la interacción** -es uno de los múltiples elementos de trueque informativo o emotivo-. Gracias al

regalo, la alta probabilidad de que sea devuelto o correspondido, se facilita que una interacción se convierta en una "relación social".

En cuanto a las **terceras personas**, este autor señala que "los otros" son siempre el tema de conversación favorito de dos individuos interactuando. Como afirma él mismo (A. de Miguel, 1969: 81) "se les ensalza o se les pone a caldo".

## **La Cultura**

Este concepto es estudiado en profundidad por Peter L. Berger desde su sociología fenomenológica (Berger, Peter, 1988: pp 33) y parte de los siguientes supuestos:

### **a) La Construcción de la realidad**

Los seres humanos no tienen un ambiente específico de la especie dado biológicamente. Esta privación instintiva les hace construir aquello que no encuentran en su constitución biológica: un mundo con sus formaciones socioculturales y psicológicas que incluye tanto las dimensiones culturales materiales como las no materiales. Este proceso de construcción es continuo. De hecho, introducen sus propios significados en la realidad y asignan significados subjetivos a todas sus acciones. Por ello Berger entiende los propios actos como intencionales, al ser conciencia de algo dirigidos a algo (berger, p. 1988: 35).

En concertación con otros seres humanos, estos significados pasan a ser objetivados en las **creaciones de la cultura**: ideologías, sistemas de creencias, códigos morales, instituciones, etc...

Berger define la **cultura** como "un mundo omnicomprensivo socialmente construido de significados experimentados subjetiva e intersubjetivamente" (Berger, P., 1988: 36). Esta concepción bergueriana del orden social global sólo será posible con la participación colectiva en los símbolos. Este mundo de formaciones socioculturales y sociopsicológicas, construido socialmente, es intrínsecamente variable, por lo que es inevitable la pluralidad cultural.

Esta postura ontológica idealista centra los fundamentos de esta realidad en los significados subjetivos que el individuo aporta. Para el estudio de esta realidad, Berger propone "interpenetrar" en esos significados subjetivos y "transponer" los significados de la vida ordinaria a un sistema diferente de significados del científico social.

El mundo vital de los individuos, como apunta Berger (Berger, p., 1988:42), consta de realidades múltiples. Entre ellas, la que se presenta como La Realidad es la "realidad" de la vida cotidiana (Alfred Schutz la denomina "realidad Suprema"). Además de ésta, aparece como un mundo intersubjetivo el mundo de significados que uno comparte con otros.

La realidad de la vida es compartida por los otros y se realiza esta experiencia, que es la más importante que se hace

de los otros, en la situación cara a cara. **Todos los otros tipos de encuentro social derivan de esta experiencia cara a cara.**

Para este autor, la Cultura es la "totalidad de los productos del hombre" (1967:p 6) y está compuesta por:

- Las creaciones materiales.
- Las formaciones socioculturales no materiales que guían la conducta humana (la sociedad es un segmento de la cultura).
- El reflejo de este mundo tal como está contenido en la conciencia humana.

Berger destaca el **lado subjetivo** de la cultura, ya que los productos culturales manifiestan los significados subjetivos o la intencionalidad de quienes los realizaron. El inventario de productos humanos queda configurado por Berger de la siguiente forma:

- > Sistemas de signos: que sirven como medida de los significados subjetivos.
- El más importante es el lenguaje por ser "el depósito objetivo de vastas acumulaciones de significado y experiencias susceptibles de ser transmitidos a otros y preservados en el tiempo.
- Gestos y movimientos corporales.

- Creaciones materiales.

-> **Sistemas de Símbolos:** ordenan los asuntos sociales y las concepciones colectivas del mundo. Los más importantes históricamente son:

- La Religión.
- El Arte.
- La Filosofía.
- La Política.
- La Psicología.

Para Berger, que se centra en los significados que las personas comparten intersubjetivamente y que también están objetivados en creaciones culturales, la realidad social está en continua creación. La cultura, por tanto, es algo fluido y la sociedad es siempre cambiante (Dialéctica). Para el autor, **dialéctica se identifica a interacción ya que "toda realidad está en constante dialéctica consigo misma"**. Esta dialéctica se produce entre:

-> **El si-mismo y el cuerpo**, a través de las limitaciones -temporales, funcionales,...- que el cuerpo humano impone al individuo. Incluso, el mundo que uno ha creado retroactúa sobre ese organismo de la persona y le impone limitaciones en lo que al organismo le resulta biológicamente posible. Por ejemplo: las tasas variables de longevidad según factores ligados a clases sociales, o la limitación árabe y judía para comer carne de cerdo.

-> **El sí-mismo y el mundo cultural**, a través de la dialéctica que se produce por la interacción de los "tres momentos" de un proceso dialéctico continuo:

**1) La Externalización:** efusión en el acto, hacia el mundo, del ser físico y mental de los individuos. La actividad de construcción del mundo está enraizada en la necesidad que tienen los seres humanos de externalizar.

**2) La Objetivación:** todo producto externalizado ha adquirido un carácter distintivo que lo diferencia de quien lo ha producido. Esta "realidad objetiva" es experimentada en común por los otros (poder coercitivo capaz de dirigir conductas, imponer sanciones, castigar la desviación o, incluso, quitar la vida humana...).

**3) La Internalización:** proceso por el cual el mundo objetivado es "reabsorbido por la conciencia" mediante la socialización -cuyo proceso dura toda la vida y permite a los individuos iniciarse en los significados de la cultura y aprender a aceptar las tareas, roles e identidades que conforman su estructura social-.

Respecto a **la Institución**, Berger afirma que es fruto de las acciones habitualizadas que son comunmente reconocidas por los individuos de la sociedad como una pauta o tipo específico. Estas instituciones no son sólo tipos de acciones, sino también tipos de actores, y en su funcionamiento se asemejan a los instintos, ya que al pautar la conducta humana en rutinas estables y socialmente predecibles, los cursos de acción quedan, en gran medida, predeterminados. Estas instituciones no sólo regulan sino que controlan la actividad humana.

La subsistencia de estas instituciones no se debe sólo a su capacidad coercitiva, sino también a la afirmación de su legitimidad, implícita o a veces formalmente explícita -en el fondo se produce una actividad moral ya que la conformidad es moralmente correcta y la no conformidad moralmente incorrecta-.

Además, las instituciones implican historicidad ya que la experiencia humana común se congela en el recuerdo en forma de acontecimientos, objetos y experiencias reconocibles. Su estudio se ha realizado tanto desde una perspectiva Microsocial (estudio de los roles) como desde una perspectiva Macrosocial (que integra estructuralmente los diferentes sectores institucionales).

La dialéctica a partir de la cual se construye la cultura es la misma dialéctica en la cual el individuo adquiere su **identidad**. Puesto que los individuos desempeñan generalmente varios roles en la vida cotidiana, es posible hablar de un conjunto de identidad. Entre ellos, la identidad

ocupacional predomina sobre los demás roles y se ejercen intensas presiones sociales y psicológicas para alcanzar una coherencia en los roles que los individuos desempeñan y en las identidades que asumen. Estos roles e identidades se asignan socialmente en actos de reconocimiento social.

El mantenimiento de la cultura se produce siempre en un escenario social que es la realidad de la vida cotidiana. El vehículo de mantenimiento de la realidad es **la conversación** (Berger, P., 1964). La base y el proceso sociales necesarios para el mantenimiento de la realidad es lo que Berger llama "Estructura de Plausibilidad".

Del estudio que Berger realiza sobre **Cultura y Cambio Social**, en el que analiza las claves de la sociedad moderna, cabe destacar **la tendencia a la desinstitucionalización** unida a la modernización (Berger, P., 1988:72). El concepto pertenece a Gehlen y es definido como el proceso por el cual el trasfondo de la institución (con canales de comportamiento y relaciones sociales definidas y un sentido general de inteligibilidad acerca del mundo) comienza a desgastarse, deteriorándose las reglas del discurso en la vida social, las expectativas acerca del comportamiento de los otros y las guías estables para la propia conducta personal. De esta forma empieza a debilitarse la trama de la vida cotidiana.



### III.4.2.- El Pequeño Grupo.

M.S. Olmsted ha realizado un profundo estudio del pequeño grupo basado fundamentalmente en los trabajos de Talcott Parson y Robert F. Bales. La perspectiva científica de la que parte este investigador defiende que el análisis de los pequeños grupos es un caso especial de la sociología de las agrupaciones en general. Aunque en su obra "El pequeño grupo" Olmsted recuerda las dos tradiciones que caracterizan al estudio de éste, la "interna o psicológica" y la "externa o sociológica", nos centraremos en la segunda por considerarla más rica en aportaciones para esta Tesis.

Olmsted considera al **pequeño grupo** como la **piedra angular** de la sociedad. La definición que propone este autor para "**Grupo**" es la siguiente (Olmsted, M.S., 1972):

*" El Grupo es una pluralidad de individuos que se hallan en contacto los unos con los otros, que tienen en cuenta la existencia de unos y otros y que tienen conciencia de cierto elemento común de importancia".*

La noción de "Grupo" se distingue de la de "Agregado" porque este último concepto no implica interacción entre las personas al no tener conciencia de una relación común -un ejemplo es el público de un espectáculo-.

Volviendo al "**Grupo**", se establece la siguiente clasificación: los grupos primarios y los secundarios.

-> **Grupo Primario:** los individuos que forman parte de él se vinculan por lazos emocionales, íntimos y personales. Suelen ser grupos pequeños con fines comunes, que gozan de un contacto directo y espontáneo: la familia, el grupo de amigos, etc...

H. Cooley explica la razón de su denominación, que se debe a que éstos grupos son fundamentales para la formación de la naturaleza social y de los ideales del individuo.

La mayoría de estos grupos primarios son pequeños grupos, pero **no todos los grupos pequeños son primarios.**

-> **Grupo Secundario:** este grupo es en cierto modo opuesto y complementario al grupo primario: las relaciones entre los miembros son racionales, frías, funcionales e impersonales. Suelen ser grupos más numerosos y constituyen un medio para otros fines. Se consideran grupos secundarios desde a las asociaciones profesionales, hasta el Estado mismo.

Las principales conclusiones respecto al **comportamiento del grupo** que Olmsted señala son las siguientes:

**\* En todo grupo de trabajo emerge una agrupación social informal con sus reglas y normas especiales.**

**\* Esta organización informal constituye un código de grupo que percibe la lealtad al grupo establecido.**

**\* Los miembros del grupo se comportan de diferente manera y cada uno adopta diferente rol, de forma que aparecen relaciones de liderazgo y subordinación. Esta liderazgo puede aparecer repartido entre varias personalidades fuertes y también puede darse una rotación según los fines particulares del grupo.**

**\* Dentro de un grupo pueden aparecer subgrupos que se conforman de acuerdo con la importancia de la relación cara a cara entre los miembros.**

**\* El líder del grupo constituye el punto central de la organización del grupo. En su ausencia, el grupo se haya dividido en pequeños subgrupos y cuando aparece, todos se unen.**

**Una característica que resulta de gran interés para nuestra investigación es la afirmación de Olmsted de que el líder recibe mayor número de confidencias y por ello conoce mejor que ninguno lo que pasa en el grupo.**

**\* Los fines del grupo determinarán si se produce o no movilidad social individual dentro del sistema de estratificación de la comunidad.**

Respecto a la influencia del **grupo primario** sobre la opinión pública, Paul Lazarsfeld y E. Katz propusieron que la investigación de la opinión tome en cuenta, además de al mensaje y a la audiencia encuestada, otro tipo de factores. Entre ellos incluyen los símbolos y acontecimientos públicos más perdurables, el estudio del contexto en el que está inmerso ese público,...y la influencia del grupo primario

sobre la conducta en las comunicaciones.

Para analizar **las funciones que se entremezclan en los grupos** seguimos recogiendo las principales aportaciones de Olmsted. Este sociólogo distingue fundamentalmente tres grandes campos de estudio: las funciones del grupo en relación al individuo; las funciones del grupo relacionadas con la organización y las funciones del grupo para la sociedad.

### **1) Funciones del grupo en relación con el individuo:**

#### *Funciones del grupo primario:*

- Proporcionar satisfacción afectiva.
- Ofrecer entrenamiento. Al favorecer el desarrollo psicológico del individuo -creándole el contexto necesario para el desenvolvimiento intelectual y emocional-. En este caso, el grupo primario actúa como agente socializador fundamental.
- Restringe, inhibe o anula al individuo por su gran fuerza de cohesión -el mejor ejemplo es la rebelión que le sucede en la adolescencia-.

**2) Funciones del grupo relacionadas con la organización:** en este apartado se analizan tanto las funciones que desempeña el pequeño grupo, y sobre todo el primario, dentro de grupos secundarios.

En general, pertenecer a un grupo primario dentro de una organización formal fortalece al individuo en su concepto del deber, por lo que queda fortalecida también la organización.

Pero también existe el caso del grupo primario funcional para el individuo y disfuncional para la organización.

**3) Funciones del grupo para la sociedad:** existe diversidad de opiniones respecto a si los grupos primarios son perjudiciales o no para la organización mayor.

**\* Influencia negativa:** esta concepción considera que los lazos primarios son trabas para la justicia y el progreso. La premisa de que la Ley debe ser impersonal atenta contra los vínculos primarios y locales -principios de particularismo y adscripción frente a universalismo y realización-. El paso de unos principios a otros obedece a la siguiente evolución histórica:

Después de la Edad Media la primacía de los lazos sentimentales -principio de particularismo- fue cediendo terreno a la valoración sobre bases impersonales y abstractas -principio universalista-.

En el siglo XVIII el "Iluminismo" que defendía la ciencia, la razón y la humanidad atacó duramente al localismo, el atraso y lo tradicional. El mismo Rousseau en "El Contrato Social" explicita su opinión de que los grupos locales autónomos y asociaciones inhiben el desarrollo completo y libre tanto de la sociedad como del individuo. Para el autor francés, el progreso estaba en la eliminación del particularismo.

**\* Influencia positiva:** sin embargo otros muchos estudiosos defienden la importancia esencial de los grupos para la libertad política y social. Durkheim afirma en este sentido que una nación puede conservarse sólo si entre el Estado y el individuo se hallan interpuestos una serie de grupos secundarios suficientemente próximos a los individuos como para atraerlos a su esfera de acción y hacerlos participar en la "corriente general de la vida social".

En el siglo XX se han seguido las teorías de Durkheim con algunas desviaciones que merece analizar. La sociedad moderna tiende a ser una sociedad de masas que moldea al individuo bajo unas condiciones que Olmsted denomina "totalitarias". Incluso algunos investigadores, como Nisbet, afirman que el grupo primario está desapareciendo.

Edward Shils distingue tres tipos de grupos primarios:

- > Grupo primario "primordial": unido por la ascendencia común o la afiliación voluntaria.
- > Grupo primario "personal": la vinculación entre los miembros es la simpatía. La afiliación voluntaria proviene de los individuos que se atraen unos a otros.
- > Grupo primario "ideológico": sus miembros comparten un ideal común. Este grupo es vital en

los movimientos sociales revolucionarios y en los partidos totalitarios modernos.

Olmsted se refería al grupo primario "primordial" al afirmar que está desapareciendo en el caso de la familia norteamericana, que se podría decir que está adoptando la segunda forma. Por otro lado, el totalitarismo se opone a cualquier forma de lazo afectivo que no se dé en el grupo primario ideológico.

### III.5.- EN LA SOCIOLINGÜÍSTICA

---

*"Es una evidencia creciente el hecho de que la fundamentación del conocimiento intersubjetivo en lingüística debe hallarse en el lenguaje hablado tal como lo utilizan en la vida cotidiana los miembros de una sociedad organizada"(Labov, W., 1983: 23)*

La sociolingüística, o "ciencia del lenguaje en su contexto social" ha sido desarrollada por William Labov en los años 80, como apunta José Miguel Marinas en la presentación de la obra de Labov "Modelos Sociolingüísticos". Para una mejor comprensión de las aportaciones de William Labov, merece la pena detenernos en algunos rasgos de su estilo teórico y científico que ha estudiado Miguel Marinas. En primer lugar, Labov pretende la ruptura de ciertas ortodoxias:

- > Mantiene una actitud crítica continua respecto a métodos, variables elegidas, recogida de datos y representatividad de las muestras.
- > Separa el estudio de la estructura de estudio del cambio lingüístico.
- > Desemboca en la no relevancia del estudio de ese cambio y de su relación con el cambio social.
- > Desdeña la significatividad de que expresiones tomadas como equivalentes varíen de forma heterogénea.



En cuanto a su estilo científico, es realista, como herencia metodológica de Uriel Weinreich, de la Universidad de Columbia. Su fidelidad a la experiencia misma de la lengua y a su actuación en hechos del lenguaje, le llevan a superar la paradoja Saussureana" (Labov, W, 1983: 237):

"Sausurre concibe la lingüística como parte de una ciencia que estudia la vida de los signos en el interior de la vida social, pero el lingüista de tradición saussureana no se ocupa de la vida social en absoluto".

William Labov retiene de Saussure<sup>43</sup> los criterios para delimitar el campo de objetos de la Lingüística, pero hace salir a una de las disciplinas semiológicas del recorte que Saussure le otorgó: **Labov centró su estudio de los signos en el seno de la vida social, observando al individuo y a su lenguaje en su contexto social.**

El término "Sociolingüística" es considerado por Miguel Marinas como redundante, ya que el lenguaje es, sin duda, una forma de comportamiento social.

La referencia metodológica de Labov es la **etnografía del habla**, que se ocupa de **la descripción de las pautas de uso de lenguajes y dialectos en una cultura específica**. A esta etnografía

---

<sup>43</sup>Recordamos que con la Lingüística moderna de Sausurre la estructura del lenguaje viene determinada en general por dos ejes o campos: el eje de las sustituciones o "campo paradigmático", y el eje de los encadenamientos o "campo sintagmático". Además, Saussure distingue entre "la lengua" y "el habla": "la lengua es un conjunto de concepciones necesarias adoptadas por el cuerpo social para permitir el uso de la facultad del lenguaje... por el habla se designa el acto del individuo realizando su facultad por medio de la convención social que es la lengua" (Saussure, F., 1980).

del habla, Wiliam Labov incorpora aportaciones de la sociología del lenguaje respecto a los "circuitos de la interacción o microsociología del habla".

En el desarrollo de esta disciplina tan cercana a la realidad social Labov pretende (Labov, W, 1983: 15):

- a) No excluir la autoevaluación de los hablantes como fuente de datos.
- b) La comprensión de la lengua a partir de la atención a los hechos del lenguaje, con su heterogeneidad, constante cambio y condicionamiento por factores extralingüísticos.
- c) Aceptación del paradigma Chomskiano y crítica de la agramaticalidad del habla y la homogeneidad de la comunidad lingüística. Para Labov, la radical heterogeneidad social y estilística es una constante en su supuestos de investigación.
- d) La inseparabilidad del dominio del lenguaje y el de la interacción social, con la implicación continua de la forma lingüística y la comunidad social. Esta forma lingüística actúa, bien como "indicador" o variable social no estilística que marca la diferencia en los grupos en conflicto u oposición, bien como "diferenciador" -que incluye la diferencia estilística-, o bien como "estereotipo", o núcleo de control social.

En los procesos de cambio de las formas lingüísticas Labov observó la enorme eficacia de los mecanismos sociales de control, presión, estratificación, etc...

e) La elección del cambio lingüístico en curso como núcleo privilegiado para analizar la interimplicación anterior.

Los métodos y técnicas que William Labov empleó fueron peculiares (Labov. W., 1983: 16):

-> La oposición al establecimiento de la competencia lingüística a partir de los "idiolectos" -del propio gramático o de único informante- para atender a los procesos de elaboración de reglas y a las prácticas de la comunidad, provoca que traiga consigo la atención principal por los requisitos del momento de observación.

-> La continua y diversa superación de la paradoja del observador -de interferir en los datos al recogerlos (cómo observar sistemáticamente a la gente cuando habla de forma espontánea, esto es, cuando no son observados sistemáticamente)-.

-> Las técnicas que Labov empleó sufrieron esta evolución:

- Cuestionarios léxicos, cuestiones sobre la corrección, lecturas especiales (para obtener la distribución de la centralización de los diptongos).

- Observaciones rápidas y anónimas.

- Diferenciación de estilos: el casual o espontáneo frente al discurso cuidado. La diversidad de técnicas en función de la adecuación observacional. Llega a

considerar incluso la pertinencia de los intercambios fuera de la entrevista, las situaciones de habla en las que el informante no se ajusta a las tareas que le propone el investigador...

- "La búsqueda de un modelo explicativo de la evaluación del propio grupo de hablantes sobre las diferentes formas de actuación lingüística marcan la **adopción de las técnicas empleadas en contextos psicosociológicos, en trabajos de la etnometodología y en la sociología aplicada**. El proceso de evaluación como lugar de observación de la vigencia de la norma de prestigio -que es indicador y realiza la estratificación social- se establece mediante la aplicación del **test de reacciones subjetivas** -mediante la clasificación socioprofesional (potencial) de los hablantes según sus realizaciones- y las **falsas parejas**. Labov estudia la discriminación de las formas lingüísticas de un grupo de hablantes y la reconstrucción de sus reglas de producción discursiva con el **grupo de discusión**."

Miguel Marinas señala los siguientes **problemas comunes del tratamiento sociológico y lingüístico de los fenómenos discursivos** (Labov, W., 1983: 18-20):

a) La problemática del **contexto**: se emplea esta noción sin definición o modelo riguroso, prescindiendo de las interrelaciones macrosociológicas.

b) La problemática de los **modelos de estratificación social**

**y de las clases sociales.** Labov adopta el modelo estándar de Barber -taxonómico- y se acerca al etnometodológico de base interaccionista -Goffman-, y a la etnolingüística -Hymes y Gumperz-.

c) La problemática de la **competencia lingüística** -y comunicativa- y su reconstrucción en la **actuación** -Gumperz o Habermas pueden dar vías de solución-.

d) La problemática del **cambio social** y del **cambio lingüístico** queda abierta -aunque Labov deja apuntada la incidencia del primero respecto al segundo-.

### **El lenguaje en la vida cotidiana**

*"La vida cotidiana es dura pero también coherente"* (Labov, W., 1983: 23)

Desde la perspectiva sociolingüística, el estudio del lenguaje en la vida cotidiana, y no de forma aislada del contexto social, aporta coherencia y nuevos retos al investigador. Para Labov el estudio de este fenómeno en la vida cotidiana implica salvar tres barreras ideológicas:

1) La de Saussure, que estudiaba aisladamente los sistemas estructurales del presente y los cambios históricos del pasado. Fue Martinet en 1955 quien primero supera esta barrera.

2) Que el cambio fonético no puede, en principio, ser directamente observado por lo que quedaba suprimido del programa del lingüista del s.XX el estudio del cambio lingüístico..

3) La libre variación no puede, en principio, ser forzada, por lo que ocurría lo mismo que en el caso anterior, se excluía la valoración social de las variables lingüísticas.

Para abordar el estudio del lenguaje en la vida cotidiana debemos partir del marco teórico en el que se desenvuelve el estudio del lenguaje en su contexto social -Sociolingüística-. Como comportamiento social, el lenguaje ha sido abordado por:

-> La "Sociología del lenguaje": que centra su estudio en los grandes factores sociales que influyen en él y en las mutuas interacciones entre lenguajes y dialectos.

-> La "Etnografía del habla", representada fundamentalmente por Hymes (1962). Para **el estudio del habla** los investigadores encuentran las siguientes dificultades:

- La agramaticalidad del habla. De forma generalizada se cree que el lenguaje hablado constituye un mal material de estudio, al encontrar en él muchos enunciados mal formados e incorrectos, que los propios hablantes condenan y modifican al darse cuenta.

- La variación en el habla y en la comunidad lingüística: se refiere a la alternancia de vocabulario para significar lo mismo.

- Dificultades de audición y de grabación, y condicionalidad del discurso si rodeamos al informante de condiciones necesarias para su estudio: el lenguaje se convierte de informal en formal, que es precisamente lo que se quiere evitar.

- Rareza de las formas sintácticas.

Ante los citados obstáculos, Labov recurre a Bloch (1948) para abordar la descripción lingüística, adoptando los conceptos de **dialecto e idiolecto**. Este segundo término designa al discurso de una persona determinada que habla sobre un tema determinado a una misma persona y durante un tiempo limitado. Del estudio de éstos, Labov deduce que los hablantes miembros de una comunidad de habla comparten un conjunto de estructuras normativas incluso aunque se de una variación muy estratificada en su discurso real.

Otra de las grandes cuestiones que aborda Labov es la **importancia de los datos de investigación y su relación con la Teoría que deseamos deducir de ellos** -problema que afecta a todas las ciencias sociales-<sup>44</sup>. Para aprehender el lenguaje, por tanto, **se deben examinar de forma detallada y directa los datos del habla cotidiana**, para concretizar su relación con nuestras teorías gramaticales con la mayor precisión posible, corrigiendo y ajustando la teoría con el fin de que se adecue al objeto de estudio.

---

<sup>44</sup> Garfinckel demostró en 1967 que en cada campo de investigación se produce un hiato inevitable entre los datos brutos tal como se presentan, y los protocolos en los que tales datos se insertan en calidad de materiales de la elaboración teórica (Labov, W., 1983: 256).

Para el estudio directo de los datos lingüísticos debemos recurrir, según afirma Labov, **a la lingüística tradicional**: se deben obtener por procedimientos formales los paradigmas y la exploración de los juicios intuitivos. **Las técnicas de observación directa** presuponen que la gramática está ya elaborada en sus líneas generales y según Labov, debido a este estudio directo del lenguaje en su contexto social, los datos disponibles se incrementan enormemente, lo que ofrecerá la posibilidad de decidir cual de los posibles análisis es correcto.

Con los estudios empíricos que realizó, **Labov resolvió los problemas del estudio del habla -lenguaje cotidiano- anteriormente apuntados**:

-> **La agramaticalidad del habla cotidiana es un mito que no tienen base en datos reales**: en los estudios empíricos desarrollados por Labov, aproximadamente el 75% de los enunciados son frases correctamente formadas. Si se aplican las reglas de la elipsis y algunas otras universales de construcción del lenguaje, la proporción de frases verdaderamente agramaticales o mal formadas desciende a menos de un 2% (Labov, 1966).

-> **La existencia de variaciones y estructuras heterogéneas es una realidad**, pero es una condición no sólo normal, sino necesaria como resultado de los factores lingüísticos básicos. La variación es inherente a la comunidad lingüística.



-> **La grabación del habla en situaciones naturales es un problema técnico que se soluciona con los magnetófonos actuales.**

-> **Para la rareza de las formas gramaticales cruciales no encuentra Labov solución inmediata, pero apunta que lo ideal es que el lingüista entable una conversación normal con un informante y sea capaz de suscitar el uso natural de una forma dada, sin utilizarla él mismo.**

A continuación analizaremos la **metodología empleada por Labov para el estudio del lenguaje en el contexto social** a través de trabajos empíricos que demostraron que **el estudio directo del lenguaje es válido para su investigación.**

A) La sociolingüística se plantea la siguiente cuestión: **porqué alguien dice tal cosa.** Labov encuentra **cinco axiomas metodológicos**, confirmados por sus hallazgos a través del trabajo de campo efectuado, **que nos llevan a una "paradoja del observador"** (Labov, W., 1983: 264-265):

-> **La alternancia estilística:** que confirma la **inexistencia de hablantes de estilo único**, ya que al cambiar el contexto social y el tema de conversación, muestra modificaciones que, en algunos casos, pueden ser detectadas cualitativamente.

-> La **atención**: los estilos mencionados difícilmente pueden ser alineados en una sola dimensión (atención que se presta al discurso). La forma más usual en que esta atención se ejerce, es el autocontrol auditivo del propio discurso, aunque también se dan otras formas de control por parte del hablante.

-> Lo **vernáculo**: es el estilo en el que existe la mínima atención prestada al control del discurso.

-> La **formalidad**: toda observación sistemática de un hablante define un contexto formal en el que el grado de atención prestada al discurso es mayor que el mínimo.

-> La **Calidad de los datos**: la única manera de obtener datos suficientemente valiosos acerca del discurso de una persona es por medio de una entrevista magnetofónica individual -el tipo más obvio de observación sistemática-.

La paradoja citada es característica del Observador (Labov, W., 1983: 266):

" el objetivo de la investigación lingüística de la comunidad ha de ser hallar cómo habla la gente cuando no está siendo sistemáticamente observada; y, sin embargo, nosotros sólo podemos obtener tales datos mediante la observación sistemática"

Labov considera este problema del observador superable si se completa la entrevista formal con otros datos, y si se cambia la estructura de la situación de la entrevista. De forma más concreta, este investigador sugiere las siguientes líneas de actuación para superar la paradoja:

- > Realizar entrevistas breves y anónimas.
- > Realizar observaciones no sistemáticas y espontáneas del habla.
- > En el estudio del lenguaje de los medios de comunicación de masas, tener en cuenta que, a pesar de que la selección y las construcciones estilísticas son muy fuertes, el estilo es aun mas formal que el de una entrevista cara a cara.
- > Extender el campo estilístico de un hablante hasta el límite formal del espectro, allí donde mayor atención presta a su discurso -como es el caso de las preguntas acerca del lenguaje mismo-

**B) La Estructuración Sociolingüística** nos lleva a analizar la **variable sociolingüística** que es aquella que está correlacionada con alguna variable no lingüística del contexto social: el hablante, el receptor, el público, el marco, etc... Por supuesto, Labov, considera que algunos rasgos lingüísticos o indicadores, se corresponden con contextos sociales ordenados en alguna escala jerárquica. De esta forma, los indicadores aparecen estratificados, al igual que la estructura social.

Las variables sociolingüísticas, o marcadores, más desarrolladas presentan no sólo una distribución social, sino también una diferenciación estilística, por lo que lleva a Labov a concluir que la estratificación social se interrelaciona con una estratificación estilística. El problema más importante que plantea la comprensión de la estructura sociolingüística es la **cuantificación de la dimensión estilística**, que puede realizarse -apunta Labov-, con la combinación de encuestas individuales con estudios de grupos -muestra representativa- de mayor duración.

Otro aspecto estudiado por Labov que resulta de interés para nuestra investigación del rumor es la fuerte **relación existente entre normas y comportamientos sociolingüísticos**. Él consideraba que hasta el momento, se había tenido en cuenta lo que la gente "dice", pero casi no se había atendido a lo que la gente "debería decir". De hecho, el vocabulario del habla es muy reducido produciéndose una conciencia social estereotipada debido al escaso número de marcadores sociolingüísticos que entran en juego. Dichos estereotipos sociales nos dan una imagen esbozada y asistemática de la estructura lingüística.

La corrección social que se ejerce abiertamente sobre el discurso, por tanto, es muy irregular, ya que se centra en los "items léxicos" más frecuentes. La evolución lingüística, sin embargo, es enormemente sistemática y eso explica que el habla vernácula, en la que hay una escasa atención por el discurso, proporcione la perspectiva más sistemática de la estructura lingüística.

### III.6.- EN LA SEMIÓTICA

---

#### III.6.1.- Semiótica Estructural

El investigador más característico de la Semiótica Estructural es **Umberto Eco**. En este capítulo queremos definir el concepto de semiótica y recordar las principales conclusiones de la teoría de Eco de cara a nuestro estudio del Rumor, proceso de comunicación inherente a la cultura humana.

Antes de nada, debemos recordar la amplitud del campo de estudio que Eco otorga a la Semiótica al considerar que estudia **todos los procesos culturales como procesos de comunicación**.

Umberto Eco denomina investigación semiótica a toda aquella que supone que todas las formas de comunicación funcionan como **emisión de mensajes basados en códigos subyacentes**, apoyados en una convención cultural<sup>45</sup>. Eco parte de un modelo comunicativo muy simplificado para estudiar la estructura que sirve para toda comunicación (en este modelo Eco sitúa al rumor como elemento asociado al canal de la comunicación) (Eco, U., 1981: 52):

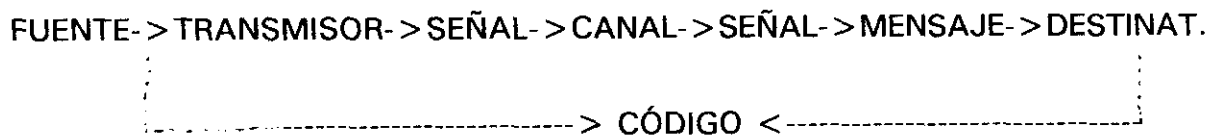
---

<sup>45</sup> Recordamos la enumeración del campo semiótico que establece Eco (Eco, U., 1981: 15): zoosemiótica; señales olfativas; comunicación táctil; códigos del gusto; paralingüística -tono, voz...-; lenguajes tamborileados y silbados; cinésica; prosémica; semiótica médica; códigos musicales; lenguajes formalizados; lenguas escritas, alfabetos ignorados, **códigos secretos**; **lenguas naturales**; comunicaciones visuales; **estructuras de la narrativa**; códigos culturales; códigos y mensajes estéticos; comunicaciones de masa; **retórica** (en negrita las áreas de nuestro interés).

*"El proceso comunicativo entre dos máquinas"*

## RUMOR

I



En el modelo anterior Umberto Eco identifica "rumor" con "ruido", al que considera una perturbación que se introduce en el canal y puede alterar la estructura física de la señal -no es el sentido que aquí nos interesa-. Perturbación que se soluciona con la redundancia.

Considerada la información como la medida de una posibilidad de selección en la elección de un mensaje, Umberto Eco aporta el concepto de **entropía** del sistema al estado de equiprobabilidad a que tienden sus elementos.

Cuando se introduce un **código** éste limita las posibilidades de combinación de los elementos en juego. Al conjunto de combinaciones que son posibles se le denomina **sistema codificante** -en otros contextos, estructura<sup>46</sup>-.

---

<sup>46</sup> Ferdinand de Saussure y Claude Lévi-Strauss defienden la asociación del Sistema Codificante con el concepto de Estructura. La Estructura permite definir una serie de funciones y propiedades del Sistema, pudiendo considerar a éste como un modelo operativo:

Funciones: hace comprensible y comunicable una situación originaria en la fuente; de esta forma, la hace comparable a otros sistemas.

Propiedades: Como sistema, está constituido por un repertorio de unidades que se diferencian o se oponen por exclusiones binarias.

Si nos centramos en la modalidad de comunicación que estamos estudiando, la humana, la señal pasa a ser **signo** -no recibe una información, sino un **significado**, porque el destinatario humano atribuye un sentido a la señal, ya que posee un **código** -denotativo y connotativo-. Además, interviene otro elemento, la **situación** o contexto extrasemiótico que determina la elección de un código, con preferencia a otro.

En este proceso comunicativo, la Semiótica se limita a estudiar las condiciones de **comunicabilidad y comprensibilidad del mensaje** -codificación-descodificación-, con independencia de la veracidad o falsedad de las informaciones. Eco denomina el objeto de esta ciencia con la siguiente afirmación:

"La Semiótica se ocupa de los signos como fuerzas sociales"

En la búsqueda de la "comprensibilidad" del mensaje -en el intercambio de señales que producen comportamientos- Eco termina considerando el significado como una **unidad cultural**, puesto que el lenguaje es un fenómeno social. La experiencia real que cada uno puede tener respecto a cualquier referente queda así **mediatizada** por el recurso a unas unidades culturales dadas. La visión del mundo queda de esta forma determinada por estas unidades culturales que encontramos a nuestra disposición. Un ejemplo de esta mediatización citado por Eco -muy ilustrativo para nuestro estudio del rumor- es el que se detalla a continuación, partiendo de las siguientes tres premisas (Eco, U., 1981: 103-106):

a) En una determinada cultura pueden existir campos semánticos contradictorios.

b) Una misma unidad cultural puede formar parte de campos semánticos complementarios.

c) En una misma cultura un campo semántico puede deshacerse con gran facilidad y reestructurarse en un nuevo campo:

" En 1969 se realizó una investigación científica que reveló que el "ciclamato" -ingrediente que endulzaba los alimentos dietéticos- producía cáncer.

Antes de que la opinión pública americana conociese esa información, se aceptaban culturalmente los siguientes ejes semánticos:

-A	+ B
azúcar	ciclamato
gordo	flaco
posible	no infarto
infarto	
muerte	vida

Con el hallazgo científico que asociaba el "ciclamato" al "cáncer" se reestructuró el código y los sistemas que éste apoyaba, hasta producir la retirada de los productos con ese componente y la incorporación a esos productos dietéticos de la frase "con excipiente de azúcar". Los nuevos ejes semánticos quedaron de la siguiente forma:



<i>+A</i>	<i>-B</i>
<i>azúcar</i>	<i>ciclamato</i>
<i>/</i>	<i>/</i>
<i>gordo</i>	<i>flaco</i>
<i>/</i>	<i>/</i>
<i>posible</i>	<i>cáncer seguro</i>
<i>infarto</i>	
<i>/</i>	<i>/</i>
<i>posible</i>	<i>muerte segura</i>
<i>vida</i>	

El **código** está estructurado de forma que sólo disponemos de algunas reglas de combinación:

a) La experiencia adquirida impone, aceptando como pertinentes sólo unas unidades semánticas y no otras, un código con determinadas estructuras sintácticas. Por este motivo Eco afirma que la cultura ha determinado la estructura del código en todos sus niveles.

b) La estructura del mundo se considera en los términos impuestos por el sistema de reglas que han generado el código. En este caso, Eco apunta que el lenguaje determina la cultura y no la cultura al lenguaje.

Las dos caras del **código**, según decíamos antes, son la **denotación** y la **connotación**. Eco los define de la siguiente forma:

-> **Denotación:** en una perspectiva semiótica es la modalidad elemental de una significación alegada por el referente. El significado de ese referente no puede individualizarse más que por medio del **contexto** y con la ayuda de la **circunstancia de comunicación**. Por ejemplo, el significante "Tierra" puede significar denotativamente (según cita Eco) (Eco, U., 1981: 109):

Tierra (Mar/opuesto) = tierra firme.

Tierra (Sol/opuesto) = tercer planeta del sistema solar.

Tierra (Cielo/opuesto)= unidades culturales muy variadas que pueden comprender incluso la connotación "situación del hombre como ser material y mortal"

-> **Connotación:** en una perspectiva semiótica es el conjunto de todas las **unidades culturales** que una definición "intensional" del significante puede poner en juego. De esta forma, la connotación es la suma de todas las unidades culturales que el significante puede evocar institucionalmente en la mente del destinatario.

Un mismo significante puede connotar diversos sentidos (al final el significado se configura como la clase de todos los sentidos de un semema). Otro concepto manejado por U. Eco es el de los **componentes semánticos**, que identifica con los terminales de cada ramificación del significante.

La multiplicidad de códigos y subcódigos que se entrecruzan en cualquier cultura nos obliga a pensar que incluso un mismo mensaje se puede descodificar desde distintos puntos de vista y recurriendo a diversos sistemas y convenciones.

Del análisis de las diferentes funciones del lenguaje -a partir de la relación propuesta por Jakobson-, Eco vuelve a tratar el concepto "rumor" -aunque no en el sentido de nuestro interés-. Recordamos a continuación las funciones del lenguaje que apunta Jakobson:

- a) Función referencial.
- b) Función emotiva: el mensaje tiende a provocar reacciones afectivas.
- c) Función imperativa: implica una orden.
- d) Función fáctica o de contacto.
- e) Función metalingüística.
- f) Función estética: cuando el mensaje se estructura de una manera ambigua y se presenta como autoreflexivo. Este tipo de mensajes pretender atraer la atención por la forma.

Un mensaje puede cumplir alguna de las siguientes funciones o varias de ellas a la vez. De todas estas funciones, la que más ha llamado la atención de Umberto Eco -y la nuestra- es la **función estética**.

Umberto Eco considera que el mensaje con función estética está estructurado de manera ambigua, y esta característica provoca en el mensaje un carácter "extremadamente

informativo" porque prepara numerosas selecciones alternativas, "pero puede estar al borde del **rumor**: es decir, **puede quedar reducido a un puro desorden**". Eco distingue este tipo de ambigüedad de la productiva, que despierta la atención y exige un esfuerzo de interpretación. Por las características que Eco asocia a este segundo tipo de mensajes estéticos, bien podemos pensar en "Rumor" tal y como nosotros lo entendemos:

- > El argumento ha de procurar sorprendernos.
- > Que sea contrario a la opinión común.
- > Pero para que sea aceptado hace falta que reúna algunas condiciones de credibilidad, a pesar de ser ficticio.
- > Debe ser verosímil.
- > El mensaje debe apoyarse en unas "bandas de redundancia".

Otro de los conceptos que estudia Umberto Eco y nos ha llamado la atención es la **Ideología**. La definición semántica de este término es la visión del mundo codificada entre muchos hablantes, que corresponde a la interpretación parcial de una realidad ya segmentada. Esta interpretación puede ser revisada teóricamente cada vez que nuevos mensajes, al reestructurar semánticamente el código, introduzcan nuevas cadenas connotativas y con ellas, nuevas atribuciones de valor.

Aunque la ideología es un caso extremo, todo conocimiento previo está estructurado en campos semánticos, en sistemas de unidades culturales y, por tanto, en sistemas de valores.

En el estudio desarrollado por Umberto Eco de las connotaciones, nos ha llamado la atención esta afirmación del autor, al hacer referencia a la **Retórica** (Eco, U., 1981: 186):

*"Cuando alguien identifica un mensaje con una connotación, y lo utiliza siempre así, el mensaje se convierte casi en un símbolo, en el emblema de esa connotación. La conexión fija entre significante e idea de la connotación, actúa metafóricamente. Estamos ante un artificio retórico".*

Del estudio del **mensaje persuasivo -retórica-** realizado por Umberto Eco destacamos las siguientes conclusiones:

-> En la mayor parte de nuestras relaciones de comunicación, las distintas funciones, dominadas por la emotiva, tienden a realizar un mensaje persuasivo.

-> Este mensaje, o mejor, razonamiento persuasivo ha sido codificado durante siglos por "la retórica" o "arte de la persuasión":

- En la Antigüedad Clásica distinguían:

432

1)El razonamiento apodíctico: las conclusiones se extraían por silogismos de premisas indiscutibles fundados sobre **primeros principios** (impuestos por la propia autoridad de los argumentos).

2)El razonamiento dialéctico: argumentaban sobre premisas probables, en las que eran lícitas y posibles al menos dos soluciones.

3) Razonamiento retórico: partía de premisas probables y llegaba a conclusiones no apodícticas basándose en el silogismo retórico (entimema). Este tipo de razonamiento pretende obtener no sólo un asentimiento racional, sino también emotivo, de forma que "subyugara al oyente".

- Aristóteles discernía tres tipos de razonamiento:

1) Razonamiento deliberativo: más o menos útil para el perfeccionamiento en la vida social.

2) Razonamiento judicial: que consideraba lo justo y lo injusto.

3) Razonamiento epidíctico: elogios y censuras de algo.

Para convencer al orador, Aristóteles partía de una premisa que no podía ser objeto de discusión. Luego trataba de demostrar mediante una argumentación obvia esa premisa. Y para estimular la atención del oyente sugería utilizar figuras traslativas y retóricas.

-> Entre las figuras retóricas, la **metáfora** y la **metonimia** fueron definidas por Jakobson como formas de sustitución que actúan sobre el eje del paradigma (la primera) y sobre el eje del sintagma (la segunda).

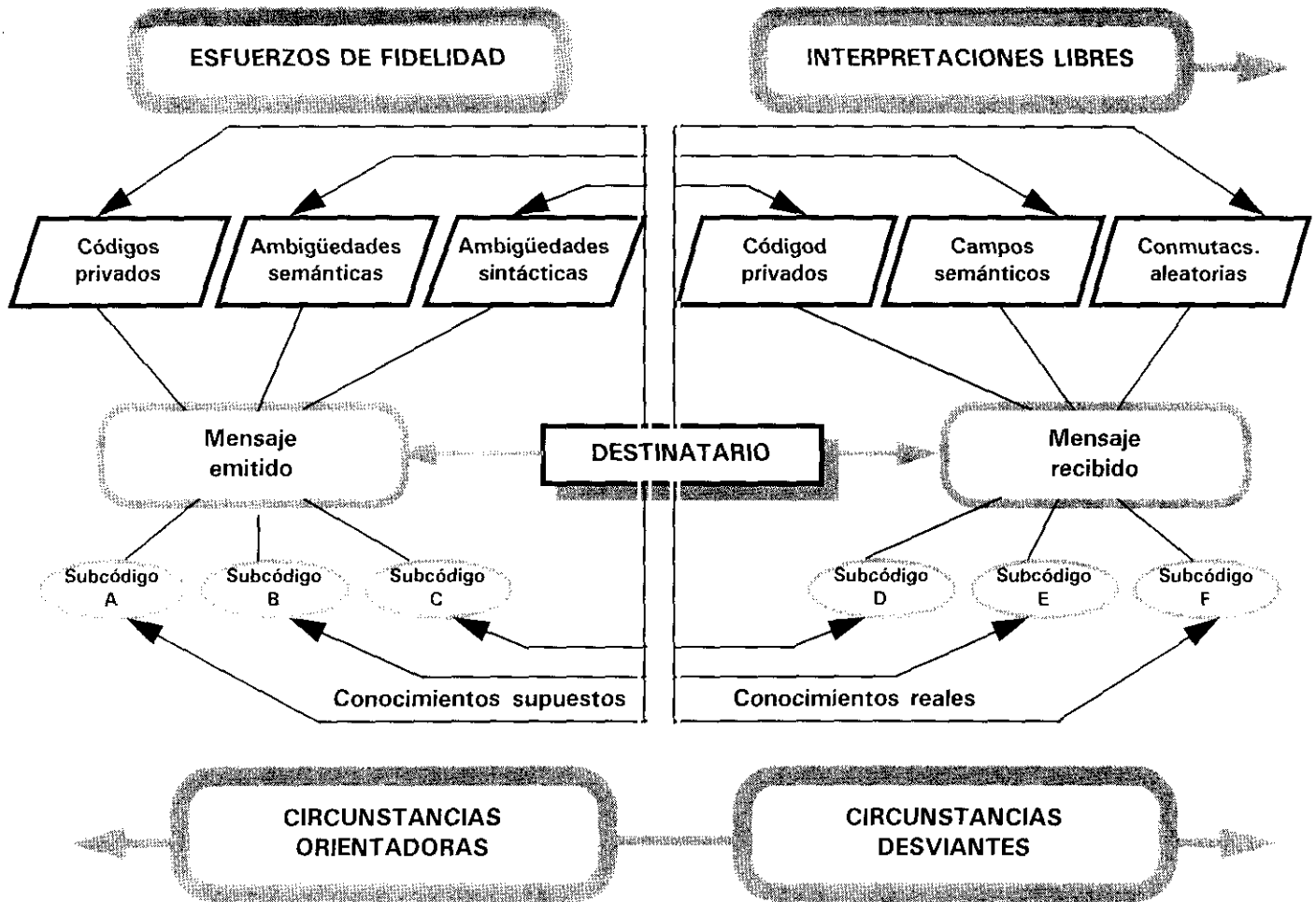
**La Metáfora** se asienta en una previa relación de sustitución que de alguna manera unía la entidad sustituida con la sustituyente. Si existe una práctica del lenguaje por la que habitualmente se sustituye A por B, B se convierte por convención en una de las posibles connotaciones de A. La Metáfora, convertida en hábito, entra a formar parte del código y, con el tiempo, puede llegar a anquilosarse en una **catacresis** (el "cuello de la botella", "la pata de la mesa")...La sustitución se ha producido por el hecho de que en el código existían conexiones y, por lo tanto, contigüidad. Esto nos lleva a deducir que la **metáfora** reposa en una **metonimia**.

-> Existe una contradicción curiosa en la retórica:

- Por un lado, tiende a llamar la atención con un razonamiento que quiere convencer al oyente de algo que ignora todavía, y de una manera inusitada (información).
- Por otro lado, este resultado se obtiene partiendo de algo que el oyente sabe y quiere, intentando demostrar que se trata de una conclusión natural (redundancia).

Por último, recogemos a continuación el **Modelo** que Umberto Eco propone de **Descodificación "aberrante"** en las comunicaciones de Masas, por considerarlo perfectamente válido para comprender los procesos que el destinatario de un mensaje pone en marcha para resolver la ambigüedad del mensaje recibido, su falta de conocimiento o la presencia de circunstancias desviatorias: pasa a referirse a códigos privados e introduce connotaciones aleatorias.





### III.6.2.- Semiótica Social

Esta interpretación social del lenguaje y del significado ha sido defendida por M.A.K. Halliday en los años 70. La perspectiva semiótico-social deriva de la tradición etnográfico-descriptiva de la Lingüística -encarnada por Saussure y Hjelmslev, Mathesius, la Escuela de Praga, Malinowski y Firth, de Boas, Sapir y de Whorf- y de la Sociolingüística de William Labov. De Saussure, Halliday recogió el concepto del lenguaje como hecho social- y de Sweet -que antes que Saussure, en 1888, afirmaba que el desarrollo del lenguaje es social ya que éste surge mediante el intercambio continuo de significados con otros significantes, hasta la formación de una imagen de la realidad que le rodea y está en su interior- consideró su defensa de que la construcción de la realidad es inseparable de la construcción del sistema semántico en el que se halla codificada la realidad (Halliday, M.A.K, 1982: 9).

De Lévi-Strauss destacó su distinción de un doble aspecto simbólico de todo sistema semántico: el componente "ideacional" del significado, que permite la expresión de la reflexión, y el componente "interpersonal" que atiende a la capacidad de actuar simbólicamente sobre las personas.

Halliday también consideró algunas conclusiones de Bernstein<sup>47</sup> y del citado Labov, aunque afirme que a veces estos autores parten de supuestos opuestos a los suyos:

- Bernstein demuestra que los sistemas semióticos de la cultura son accesibles en diferente grado a los diversos grupos sociales. Una nota común entre Halliday y Bernstein es la consideración del lenguaje como el lenguaje natural en su forma hablada: el lenguaje oral.
- Labov demuestra que la variación en el sistema lingüístico es funcional, al expresar variación en la posición y las funciones sociales.

En definitiva, estas conclusiones llevan a Halliday a afirmar:

"lo que hacemos se ve afectado por lo que somos" (Halliday, M.A.K., 1982: 11).

El lenguaje entendido como sistema semiótico social implica enmarcar a éste en un contexto socio-cultural, en el que la propia cultura se interpreta en términos semióticos. Este tipo de interpretación considera al lenguaje como un sistema de intercambio de significados en contextos interpersonales de uno u otro tipo. Este lenguaje, por tanto, simboliza activamente el sistema social representando "metafóricamente" en sus patrones de variación lo que caracteriza a cada cultura humana. En este sentido, recordamos la siguiente frase del autor:

---

<sup>47</sup> Bernstein es un sociólogo teórico que en los años 70 introduce el lenguaje en su teoría como un componente esencial. De hecho, llega a la conclusión de que para entender el sistema social y sus cambios, tiene que entenderse el papel esencial que el lenguaje desempeña en él y el proceso de socialización.

"entre otras cosas, eso es lo que permite la elaborada retórica de la conversación cotidiana común" (Halliday, M.A.K., 1982: 11).

Ésta es, a nuestro modo de ver, la principal aportación que la Semiótica Social realiza a nuestro campo de estudio: el reconocimiento de los **actos cotidianos de significación** -los individuos que participan en una acción de comunicación, no sólo se comprenden porque intercambian información, bienes y servicios mediante la interacción dinámica de funciones del habla; con sus actos cotidianos de significación, estos participantes representan la estructura social -afirmando sus propios papeles y posiciones- y establecen y transmiten los sistemas comunes de conocimiento y valores- (Halliday, M.A.K., 1982: 10).

La doble función del sistema lingüístico -expresión de los procesos sociales, y metáfora de esos procesos-, en opinión de Halliday, es lo que garantiza que en los microencuentros de la vida cotidiana en los que se intercambian significados, el lenguaje no sólo sirva para facilitar y apoyar otros modos de acción social que constituyen su entorno, sino que también cree activamente un entorno propio. Se crea así una estrecha relación de interdependencia entre ambos: el contexto determina lo que decimos, y lo que decimos determina al contexto.

Anteriormente hemos comentado que una de las perspectivas de la que parte la Semiótica Social es la Sociolingüística. A continuación recogemos la representación que Halliday aportó en 1982, en su Obra "El Lenguaje como Semiótica Social" de la naturaleza de los estudios lingüísticos y de su relación con otros

campos de estudio, entre ellos la Sociolingüística (Halliday, M.A.K., 1982: 21).

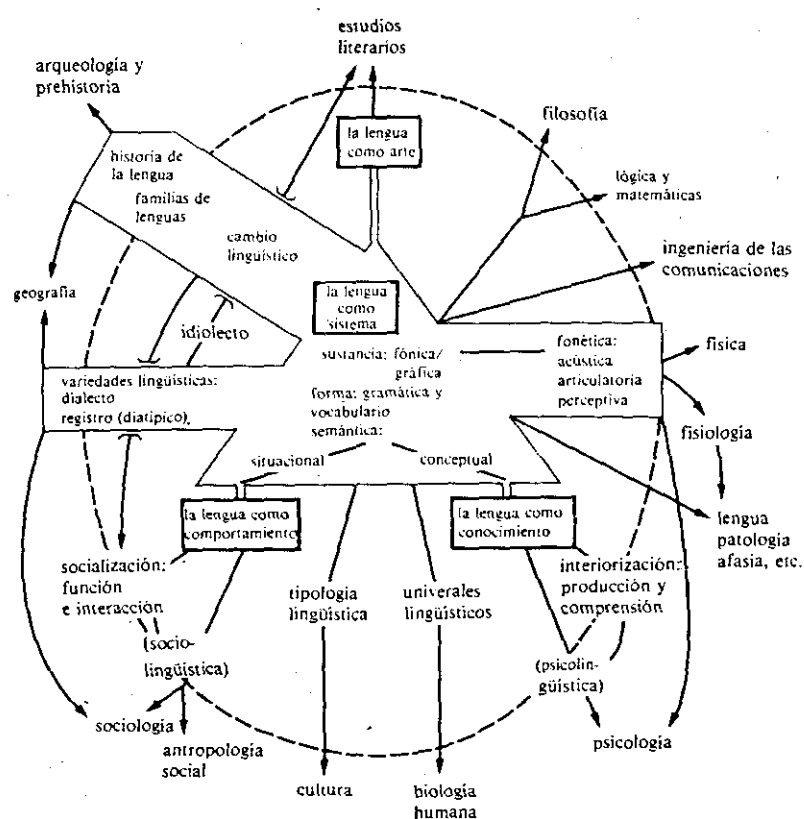


FIGURA 1

Este Diagrama muestra en el interior de la línea entrecortada el ámbito de estudio de la Lingüística. El triángulo del centro delimita el área central del estudio de la Lengua como sistema y distingue tres

campos más dilatados:

- La lengua como conocimiento: desde una perspectiva intra-organismos.
- La lengua como comportamiento: desde una perspectiva inter-organismos (ésta y la anterior son complementarias e inseparables).
- La lengua como arte.

Los dos primeros campos nos desplazan hacia fuera del sistema de la lengua para llevarnos a la Psicología<sup>48</sup> y la Sociología. La concepción del comportamiento lingüístico como un tipo de conocimiento, que integra la perspectiva intra e inter-organismos, nos lleva a la Psicosociolingüística, que estudia el comportamiento externo del organismo considerado desde el punto de vista de los mecanismos externos que lo regulan.

Por otro lado, al acercarnos a la Sociología, la Lingüística se transforma en **Sociolingüística**, que por encima de todo considera a la lengua y al hombre social como un todo inseparable.

Si atendemos el aspecto funcional de la lengua, Halliday distingue **siete funciones iniciales**:

- 1- Instrumental: para satisfacer necesidades instrumentales.

---

<sup>48</sup> Halliday descarta la idea de Saussure y Chomsky de que la Lingüística es una subdivisión de la Psicología. Para él es una rama de la Sociología. De todas formas a Halliday no le interesan las fronteras entre las disciplinas.

- 2- Reguladora: del comportamiento de los demás.
- 3- Interactiva: involucrar a otras personas.
- 4- Personal: identificar y manifestar el "yo".
- 5- Heurística: *explorar el mundo exterior e interior.*
- 6- Imaginativa: para crear un mundo propio.
- 7- Informativa: comunicar nuevas informaciones.

Una de las conclusiones de Halliday de interés para nuestro estudio es la determinación de unos **tipos generales de situación**, a partir de la observación del modo en el los sujetos utilizan realmente el lenguaje en la vida cotidiana: el número al parecer infinito de situaciones distintas posibles representa en realidad un número mucho más pequeño de tipos generales de situación.

Es un hecho comprobado que el lenguaje que hablamos o escribimos varía de acuerdo con el tipo de situación, que difiere entre sí por lo que realmente ocurre, quiénes participan y las funciones que desempeña el mismo lenguaje. Estas tres variables acaban determinando el espectro dentro del cual se seleccionan los significados y las formas que se utilizan para su expresión: están *determinando el **registro***.

Esta "Teoría del Registro" trata de mostrar los principios generales que rigen esta variación (Halliday, M.A.K., 1982: 46): **"qué factores de variación determinan qué características**

lingüísticas".<sup>49</sup>

La noción de **registro** permite por tanto la predicción, puesto que una vez que conocemos el contexto social de utilización del lenguaje sabremos qué lenguaje se producirá. Para predecir las características lingüísticas de un determinado contexto de situación debemos conocer, según Halliday:

-> El campo del discurso (John Pearce define el concepto "campo" como el marco institucional en que se produce un "trozo" de lenguaje. Este incluye el tema de que se trata y toda la actividad del hablante o del participante en determinado marco).

-> El "tenor" del discurso (J. Pearce lo define como la relación entre participantes: formalidad, permanencia de ésta, estilo y carga emotiva de la relación).

-> El modo del discurso (J. Pearce considera "modo" al canal de comunicación adoptado y a otras elecciones vinculadas con el papel del lenguaje en la situación).

Halliday afirma que no existe una clara división entre el "qué" y el "como" del lenguaje, ya que todo lenguaje es lenguaje en uso en un contexto de comunicación determinado.

---

<sup>49</sup> Halliday cita la demostración que Jean Ure obtiene en 1971 con la lengua inglesa -Halliday afirma que probablemente sea cierta en todas las lenguas): la densidad lexicológica (contenido de las palabras) es función del medio (hablado o escrito -éste último más denso-) y, dentro de él, de la función social -el lenguaje pragmático o "de acción" posee la menor densidad lexicológica de todos- (Halliday, M.A.K., 1982: 46).



Para llegar a la defensa de que el sistema semántico del lenguaje es a su vez la realización de una semiótica de nivel superior, la **Semiótica Social**, Halliday adopta una perspectiva de progresión de entre lo que el hablante "**puede decir**" -sistema lexicogramatical-, lo que "**puede significar**" -potencial de significado o sistema semántico- y lo que "**puede hacer**" -potencial del comportamiento-.

Para adentrarnos en la **Teoría Sociosemiótica del Lenguaje** que propugna Halliday -la **Sociosemiótica** explica la semiótica de la estructura social- debemos detenernos en los siguientes conceptos:

-> **Texto**: es la unidad básica de la estructura semántica: lo que la gente realmente hace, significa y dice. El texto considerado desde una Teoría sociolingüística general es definido como una forma lingüística de la interacción social: producto de una cantidad infinita de opciones simultáneas y sucesivas de significado que se realiza como estructura lexicogramatical o "expresión".

-> **Situación**: entorno en el surge el texto. Tiene tres dimensiones: el campo, el tenor y el modo definidos anteriormente.

-> **Registro**: variedad de texto.

-> **Código**: Halliday recoge el concepto de Bernstein: es el principio de organización semiótica que gobierna la elección de significados por un hablante y su interpretación por un oyente. El código regula los estilos semánticos de la cultura que están por encima del sistema lingüístico.

- > Sistema Lingüístico: incluye al sistema semántico.
- > Estructura social.

A continuación recordamos la representación esquemática del lenguaje como Semiótica Social que propone Halliday, y el modo en el que el niño llega a él (Halliday, M.A.K., 1982: 96).

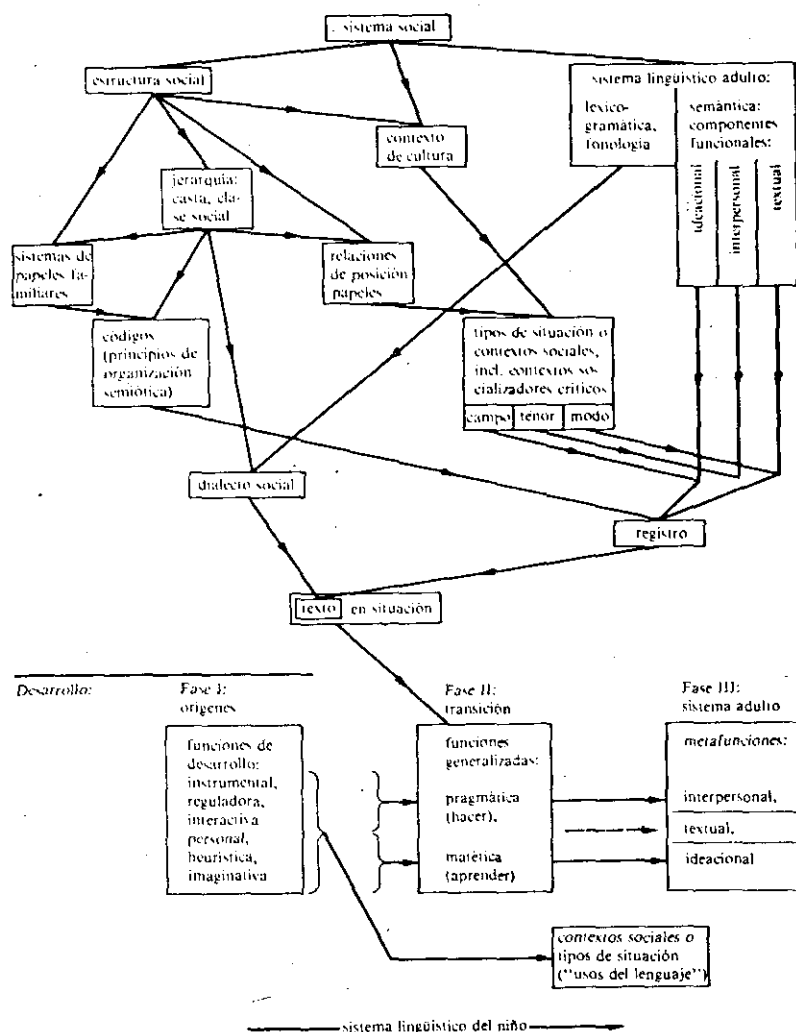


FIGURA 4. Representación esquemática del lenguaje como semiótica social y del modo en que el niño llega a él

## Antilenguajes

En el desarrollo de la Semiótica Social, Halliday analiza los antilenguajes. En nuestro estudio del Rumor hemos encontrado numerosas aproximaciones y coincidencias con las características que este autor ha definido en su análisis de los antilenguajes. Son las siguientes (Halliday, M.A.K., 1982: 213-222):

1) Un antilenguaje es algo generado por una "antisociedad" o sociedad que se establece dentro de otra como **alternativa consciente** a ella, en forma de resistencia.

2) Lenguaje y antilenguaje son ambos sistemas generadores de realidad (Berger y Luckmann (1966, 172-3) afirman al respecto: "el vehículo más importante para el mantenimiento de la realidad es la conversación. La vida cotidiana de un individuo puede considerarse en términos del funcionamiento de un aparato de conversación que incesantemente mantiene, modifica y reconstruye su realidad subjetiva).

3) Un antilenguaje es el medio de realización de una realidad subjetiva: no sólo la expresa, sino que la crea y la mantiene activamente.

4) El antilenguaje es un lenguaje más, pero la realidad que comunica es una contra-realidad, que implica:

- Resaltar la estructura y jerarquía social.
- Preocupación por la definición y defensa de la identidad mediante el funcionamiento ritual de la jerarquía social.
- La concepción especial de la información y el conocimiento: ahí entra en juego el secreto, porque se considera a la realidad secreta.
- Los significados sociales son considerados como oposiciones: los valores se definirán por lo que no son.

5) La antisociedad que transmite el antilenguaje es metonímica por la sociedad: es una extensión de ella (Lévi-Strauss). En su estructura, la antisociedad es una metáfora de la sociedad: el antilenguaje es una **metáfora del lenguaje**.

### **Semiótica de las Narraciones Gráficas: un ejemplo de semiótica social**

Esta teoría sociosemiótica es la aproximación que el Prof. Dr. D. Antonio Lara utiliza en el estudio del "Comic" <sup>50</sup>, como forma narrativa gráfica que se adscribe al más "bajo de los escalones" de la cultura hispánica y de otros países. El punto de partida que lo predetermina, medido en "menosprecio", explicará muchos de los problemas de su estudio, al igual que ocurre con el rumor.

Las narraciones gráficas como el "Cómico" tienen extraordinaria penetración y capacidad expresiva, al igual que el rumor. Aunque coinciden estas dos formas de comunicación en la ocultación y muchas veces secretismo de su información, resultan de enorme atractivo para los que intercambian esos mensajes. En este tema, Antonio Lara cree preciso redefinir los sentidos antropológicos de la cultura viva y no dejarse limitar por restricciones y costumbres.

Además, consideramos muy interesante la filosofía que Lara aplica en el estudio del "Comic", por su validez para la investigación del rumor: en el estudio de los sonidos, imágenes y palabras del Cómico (en el caso del rumor podrían ser considerados las palabras, sonidos y expresiones de la comunicación no verbal de los interlocutores) pueden encontrarse las claves del pensamiento de una población determinada de una época determinada.

Durante el Curso dirigido por el Prof. Dr. Antonio Lara, la doctorando elaboró un trabajo de investigación que, bajo el título

---

<sup>50</sup> LARA, Antonio. *Curso de doctorado "Análisis de las Narraciones Gráficas" (notas tomadas por María Elena Mazo)*, Universidad Complutense de Madrid: Facultad de Ciencias de La Información, Madrid, Octubre de 1988- Junio de 1989.

"Comic, crítica y cultura", trataba de estudiar la función crítica sobre la cultura imperante que ejercían las narraciones gráficas denominadas popularmente "Comic", incluso "saltando" los límites de la censura -autoridad formal-.

Ese trabajo puede aportar al estudio del rumor parte de las conclusiones que se establecieron entonces. En su mayoría estas conclusiones aplicadas al "Comic" son aplicables directamente al rumor:

- Es una forma de comunicación con alta valoración peyorativa, digna del mayor descrédito y falta de reconocimiento por parte de las mayores instituciones culturales.
- En el proceso de su producción, se analizaban y valoraban los hechos e ideas vigentes, con mayor o menor carga crítica.
- Frente a su descrédito, es una forma de comunicación que ha desarrollado una forma expresiva muy rica, lo que le ha permitido, a lo largo de la historia, hacer crítica de las situaciones vividas. Al aceptarse como vehículo evasivo y de ocio, no se dió la importancia que "merecía" respecto a su denuncia social, ideológica o política, ejercida con ciertas licencias prohibidas, aporvechándose de este "derroche" de tolerancia.
- Cuesta aceptar que el "comic" sea considerado un proceso cultural, al igual que cuesta aceptar que el

rumor sea una forma de comunicación que está inmersa en la cultura humana desde sus principios.

- El "Comic" recurre a personajes periféricos que protagonicen su sátira. Es posible que esto tenga mucho que ver con los "chivos expiatorios" que utiliza el rumor.

### III.7.- CUADROS-RESUMEN

---

Los cuadros siguientes resultan, al igual que en el apartado anterior, del análisis sistematizado de la información tratada en este Capítulo. Hemos mantenido el orden proporcionado sobre los campos científicos tratados. A continuación se especificará qué unidad conceptual nos ayudará a comprender mejor el mecanismo del Rumor, quién lo ha investigado, en qué contexto, qué aspecto analizó y en qué consistió su aportación.

Con este estudio damos por planteada "la plataforma" desde la cual vamos a "asomarnos" a la problemática de la influencia del rumor en la cultura de las organizaciones, que se desarrolla en el Capítulo siguiente.



### III.7. CUADROS-RESUMEN: UNIDADES CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:

#### III.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Comunicación Persuasiva	Francisco Carrera Villar	Psicólogo social español. Aplicado a la comunicación empresarial. Años '80	<p>Explicación psicológica de la conducta del consumidor</p> <p>Definición de comunicación persuasiva</p> <p>Modelo de investigación de la C. persuasiva de masas</p> <p>Com. interpersonal</p>	<p>La conducta viene determinada por la MOTIVACIÓN:</p> <p>1.- <u>Estado transitorio de motivación</u>:</p> <p>a) Factores psicológicos individuales: Cognición; Percepción; Aprendizaje; Personalidad; Motivación (Psicología general); Actitudes (Psicología social).</p> <p>b) Factores sociales</p> <p>c) Factores socio-culturales.</p> <p>2.- <u>Disposición Motivacional Permanente</u>, que nos permite hacer predicciones y controlar conductas. Esta se divide en:</p> <p>a) D.M.P. fundamentalmente heredada</p> <p>b) D.M.P. fundamentalmente adquirida</p> <p>Comunicación en la que la fuente intenta cambiar (generar, reforzar o convertir las ya existentes) creencias, actitudes y conductas o acciones de sus receptores (decisores) ... Para persuadir habrá que modificar las creencias, las evaluaciones, o ambas, atribuyendo una nueva característica o creencia y valorandola positivamente.</p> <p>- Modelo de Lasswell</p> <p>- Modelo del Receptor o Actitudinal (Actitud= Expectativa x Valor)</p> <p>- Modelo Secuencial de los Efectos: Imagen→Actitud→Intención →Conducta.</p> <p>- Modelo Estratégico-Persuasivo (centrado en el cambio de actitud).</p> <p>Destaca su gran eficacia persuasiva</p>
Percepción de la realidad	Jose Luis Pinillos	Psicologo español. Años 80-90	<p>La percepción como proceso constructivo de la realidad.</p> <p>Influencia de la personalidad</p>	<p>La comprobación de que la presión social de un grupo puede distorsionar la percepción de una realidad física obvia.</p>

### III.7. CUADROS RESUMEN: U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRESIÓN DEL RUMOR:

#### III.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Procesos psicológicos de la Interacción	Amando de Miguel	Aproximación psicológica desde la Sociología.	Secuencia de procesos en la Interacción (Goffman)	De las diferentes fases interesa la número 6, de cara al Rumor: 1.- Expresión corporal y conversación 2.- Participación principal o relajante 3.- Lazos afectivos, sentimientos y simpatía. 4.- Ambivalencia (direcciones opuestas con una misma persona) 5.- Atracción mutua 6.- <u>Confianza en los demás</u> - en la sociedad española, la consideración de la "mentira" como "pecado venial" provoca una característica desconfianza hacia los otros que impregna la sabiduría popular. Refranes: "Piensa mal y acertarás"; "No te fies ni de tu padre".
El testimonio	Whipple		Proceso hasta el testimonio	Además de la percepción, la retención, el recuerdo y las manifestaciones verbales, apunta los factores subjetivos que conforman la opinión, que es la expresión verbalizada de las creencias y actitudes del individuo.
	Guillerm Stern	EEUU (1938)	Factores capaces de afectar la información imparcial del testigo ocular	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La percepción omite detalles y es tamizada por la cosmovisión del individuo.</li> <li>- Retiene lo más interesante y olvida lo intrascendente.</li> <li>- En el relato escoge lo que más destaca en su memoria.</li> <li>- El individuo, ante preguntas sobre detalles poco concordantes, se deja influir.</li> <li>- Mezcla de otras vivencias en el relato de escenas.</li> <li>- Reinterpretación de los aspectos poco familiares o exageración de éstos.</li> <li>- En la verbalización del recuerdo influye la riqueza de vocabulario, la inteligencia y los hábitos de expresión oral.</li> </ul>

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 II.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Testimonio	Barlett	1932	Tres pasos psicológicos interrelacionados	<p><u>Percibir, recordar e informar:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lo que se percibe está influido por lo que se recuerda (a su vez la memoria es dinámica ya que con el tiempo los recuerdos se modifican y las actitudes o expectativas y vivencias también).</li> <li>- El recuerdo depende de la percepción y de las palabras con las que se fija la situación en nuestra mente.</li> <li>- La percepción selectiva proviene del recuerdo selectivo y las desfiguraciones subjetivas de los acontecimientos del mundo exterior.</li> <li>- En la evocación, el material recordado se transforma de acuerdo con el interés personal del sujeto.</li> <li>- El acto de informar está en función de las dos fases previas y del contexto social donde éste tiene lugar (también del vocabulario y de los propósitos del individuo).</li> </ul>
La cultura	José Luis Pinillos	Psicólogo español. Años '80-'90	<p>Definición</p> <p>Clasificación</p> <p>Influencia psicológica que un determinado valor cultural puede despertar en el individuo.</p>	<p>"Sistema de valores y metas vigentes en toda comunidad humana, a cuyo servicio se hallan las técnicas materiales ... creación humana que regula la propia vida del hombre".</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cultura manifiesta:               <ul style="list-style-type: none"> <li>· Material (Civilización)</li> <li>· Espiritual</li> <li>· Comportamental</li> </ul> </li> <li>- Cultura Interior:               <ul style="list-style-type: none"> <li>· Vivencias subjetivamente estimadas</li> <li>· Vivencias habituales, encubiertas</li> <li>· Creencias íntimas</li> <li>· Pautas interiorizadas.</li> </ul> </li> </ul> <p>Caso del "maleficio" que puede matar sin tocar materialmente al embrujado: basta con que éste se entere y lo sepa la comunidad.          En la actualidad: Infarto por miedo al fracaso.</p>

### III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRESIÓN DEL RUMOR:

#### III.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Intereses vitales	José Luis Pinillos - Marta Moers	1953	Evolución de los intereses vitales en función de las edades del hombre	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impulsos de tipo instintivo (van descendiendo a partir de los 25)</li> <li>- Tendencias autoafirmativas (descienden bruscamente a partir de los 45)</li> <li>- Intereses materiales (descienden bruscamente a partir de los 60)</li> <li>- Intereses espirituales (en aumento hasta los 30 - descenden-aumentan hacia los 65)</li> </ul>
El prejuicio	Gordon W. Allport	EEUU (1954)	<p>Desarrollo del prejuicio en el medio social norteamericano (con validez universal en opinión del autor)</p> <p>Proceso de creación de los prejuicios, de forma cotidiana</p> <p>Endogrupos y Exogrupos</p>	<p><u>Definiciones:</u> (1962)</p> <p>→ "sentimientos/actitudes favorables o desfavorables con respecto a una persona o cosa, anterior a una experiencia real o no basada en ella" → "la expresión de una reacción psicológica que se produce en el seno de un grupo frente a otro ajeno a él" (1)</p> <p>→ "La persona que no está segura de algo que no se sabe, recurre a una escogida selección de unos pocos recuerdos personales, los mezcla con rumores, y generaliza en exceso".</p> <p>Actitud favorable o desfavorable - vinculada a una creencia excesivamente generalizada. Categorización y generalización - Inicio. Lleva unido el significado y nuestro sentimiento hacia lo percibido. Las categorías son tan resistentes al cambio que si alguna vez un prejuicio choca con evidencias en contra, se produce la admisión de excepciones (Las categorías más importantes para el individuo son los propios valores). En la actuación sobre el prejuicio es más fácil cambiar las actitudes del grupo (a través de los líderes de opinión) que las individuales, pudiendo crearse nuevas normas que los demás asumirán.</p> <p>(1) <u>Endogrupos:</u> grupos con los cuales el individuo se vincula como parte, o a los cuales aspira a vincularse psicológicamente (el "nosotros"). En ellos se forman las actitudes prejuiciosas frente a los exogrupos.</p> <p><u>Exogrupos y el rechazo de éstos:</u> Entre las cinco conductas rechazantes posibles menciona el rechazo verbal - Tres procesos psicológicos: Introducción del prejuicio en la comunicación; Menosprecio del exogrupo; Reflejo de las actitudes de su clase.</p>

III.7. U.CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA

CONCEPTO	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
El prejuicio	Gordon W. Allport	EE.UU., 1954	<p>Características de la Víctima del prejuicio</p> <p>"Chivo expiatorio". Allport lo denomina "Chivo emisario"</p> <p>Variables que influyen en los efectos del contacto</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Alegación del carácter de "miembro del grupo".</li> <li>· Apartamiento por pasividad o incluso servilismo</li> <li>· Refuerzo de la asociación entre las víctimas</li> </ul> <p>Reflexión de Allport: <i>"lo que la gente piensa de nosotros determinará en cierto grado lo que somos"</i>.</p> <p>Individuo o grupos que cargan con culpas de todo tipo, encauzadas a través del proceso de categorización.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Aspectos cualitativos</u>: Frecuencia; Duración; Nº de personas involucradas; Variedad.</li> <li>- <u>Aspectos relacionados con el status</u>: Miembro de la minoría - Status inferior; Miembro de la minoría - Status igual; Miembro de la minoría - Status superior; El grupo puede tener un Status alto o bajo.</li> <li>- <u>Aspectos relacionados con la función</u>: Actividad competitiva o cooperativa; Actividad en subordinación o superioridad</li> <li>- <u>Atmosfera social que lo rodea</u>: Segregación o igualitarismo; Contacto voluntario o involuntario; Contacto real o artificial; Contacto percibido o no en función de las relaciones interpersonales; Contacto típico o excepcional; Contacto importante e íntimo o trivial y transitorio.</li> <li>- <u>Personalidad del individuo que experimenta el contacto</u>: Nivel inicial de su prejuicio alto o bajo; Prejuicio superficial, conformista o enraizado; Con seguridad en sí mismo o con temor; Experiencia previa y fuera de sus actuales estereotipos; Edad, nivel de educación general; Factores de personalidad.</li> <li>- <u>Áreas de contacto</u>: Casual; Residencial; Ocupacional; Recreativo; Religioso; Cívico o fraternal; Político; Actitud de buena voluntad intergrupar.</li> </ul>

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
El prejuicio	Gordon W. Allport	EE.UU., 1954	Posibilidades psicológicas con el Conflicto  Factores más importantes socioculturales que favorecen la personalidad prejuiciosa	1.- Represión, negación de la existencia de un problema para evitar la confusión que causaría el afrontarlo. 2.- Racionalización: aportar evidencias a nuestro favor para afianzar los propios prejuicios y preservarlos del conflicto con los valores éticos. 3.- El compromiso como solución parcial. 4.- La integración como auténtica solución.  - Heterogeneidad de la estructura social - Movilidad vertical: provoca incentivos para unos y alarma para los de mayor estatus. - Epoca de cambio social y crisis. - Ignorancia y barreras contra la comunicación fluida. - Aumento del tamaño de un grupo minoritario. - Existencia de competencia directa y amenazas. - Regulación social de la agresión, favorable al prejuicio. - Justificaciones tradicionales para el etnocentrismo.
Frustración de deseos y mecanismos de defensa	José Luis Pinillos	España (1991)	Deseos del hombre  Frustración	<u>Naturaleza jerárquica y carácter creador.</u> Necesidad de: Seguridad; Amor, afecto; Estima propia y ajena; Saber; Estética; Ser lo que uno podría ser. Entre estos y la conducta consumatoria de éstos se produce en el individuo una red compleja de procesos anticipatorios y estimaciones que culminan en la decisión.  <u>Insaciabilidad.</u> Las barreras físicas, morales o psicológicas producen la frustración: estado emocional caracterizado por una desorganización del comportamiento manifestado por la confusión, inquietud, desazón, enojo o respuesta agresiva, vergüenza, azoramiento, etc.... <u>Tres tipos de factores:</u> 1) Obstáculos: físicos, sociales, móviles; 2) Deficiencias: carencia de algo que al individuo le es supuestamente debido (los niveles de aspiración excesivamente altos y distanciados de las propias capacidades producen estados de frustración crónica); y 3) Conflictos (motivos incompatibles)

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRESIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Frustración de los deseos y mecanismos de defensa	J.L. Pinillos	España, 1991	Comportamiento ante la frustración  Mecanismos de defensa o "egodefensa".	1.- Agresividad: física, verbal, interna. 2.- Culpabilidad 3.- Conductas infantiles, apatía.  1.- Justificación 2.- Proyección: atribuir a los demás los rasgos indeseables que padecemos. 3.- Identificación: tomar como propias las buenas cualidades ajenas. 4.- Reacción: se oculta a sí mismo un motivo determinado, acentuando el opuesto. 5.- Disociación: parte del comportamiento se desgaja del conjunto y se transforma en movimiento compulsivo. 6.- Teorización excesiva. 7.- Represión: negar impulsos indeseables. 8.- Sustitución: mecanismo más positivo. Sustituir objetivos indeseables de conducta por objetivos deseables : sublimación, compensación o supercompensación.
El individuo y el grupo	M.S. Olmsted	1972	Influencia del grupo en el individuo  Cultura del grupo  Grupos primarios y secundarios	Doble: la que actúa sobre la actividad: 1) instrumental - pensamiento y percepción; 2) expresiva - emociones. Las decisiones del grupo son más efectivas si el individuo participa en su elaboración  Se crea con un proceso de ajuste de todos los miembros al proponer ideas, realizar valoraciones, añadir contrapropuestas, concordancias, modificaciones y rechazos, al contrastar significados , situaciones, creencias y comportamientos. La cultura va configurando un conjunto de normas que influyen en las percepciones y juicios del individuo. Esas normas se crean y consolidan por las gratificaciones potenciales que implica comportarse de acuerdo con ellas y de las sanciones implícitas derivadas de la negación de seguirlas.  Primarios : mayor grado de participación Secundarios: mayor tendencia a la competencia entre sus miembros

III.7. U.CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
El individuo y el Grupo	M.S. Olmsred	1972	Pautas de relación entre los miembros de un grupo pequeño ("Estructura Social")	<p>Diferenciación de roles  Diferenciación de integración.  <u>Teorías de interés:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ a) El grupo considerado como una red de relaciones afectivas (J.L. Moreno)</li> <li>■ b) El grupo considerado como una red de comunicación (Bavelas)  Tres pautas de comunicación: 1) Circulo (no hay líder): grupo desorganizado pero agradable; 2) Rueda (hay líder): grupo organizado pero más insatisfacción de sus miembros; 3) Cadena: transmisión lineal.</li> <li>■ c) Proceso de Interacción (F. Bales): estudio de la solución de problemas funcionales de interacción, tanto afectivos como intelectuales.</li> </ul> <p>- Todo cambio plantea la ruptura de un equilibrio</p> <p>- La estructura del grupo se sintetiza en cuatro dimensiones de diferenciación de roles:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Acceso a los recursos</li> <li>· Control sobre las personas: autoridad en los diversos grupos</li> <li>· Status: contribución de cada individuo al cumplimiento de los fines del grupo</li> <li>· Solidaridad: lugar que ocupa el individuo dentro de una red de lealtades y afectos mutuos.</li> </ul> <p>- <u>Metodo de Observación de Bales</u>: Exhaustivo, con 12 categorías. Conclusión: un grupo bien organizado, en el que la función se cumple satisfactoriamente, significa una alianza entre los "especialistas de tarea" y los "especialistas socio-emocionales" (como en la familia con las funciones de padre y madre).</p>



III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRESIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
El individuo y el grupo	R. Lipitt y R. White	Dirigidos por Kurt Lewin	Efectos del liderazgo en el grupo	Tres tipos: 1.- Liderazgo democrático: las relaciones entre los miembros del grupo son más amistosas. Si el líder no estaba, menos agresión y mayor estabilidad. 2.- Liderazgo autoritario: reacciones agresivas y apáticas. 3.- Liderazgo "Laissez-Faire": líder pasivo: falta de incentivo por el trabajo.
Mecanismos cognitivos y transformaciones semánticas	Michel Louis Rouquette	Francia (1977)	Mecanismos cognitivos que influyen en la evolución de los mensajes	Interdependientes: a) Omisión o transformación amplia de los mensajes debido a la capacidad limitada de la memoria humana. b) Intensificación de ciertos elementos del mensaje hacia los polos de la escala semántica de Osgood. c) Generalización: disminuye la especificación del mensaje d) La atribución de la fuente del mensaje: tiene dos clases de credibilidad inducidas: · Credibilidad por atribución impersonal o universal. · Credibilidad por atribución de competencia. (en el rumor, la verificación de esta atribución se desvincula) e) Sobreespecificación: añadido de detalles (sobre todo en el predicado)  Además: f) Inversión de la polaridad: si no concuerdan las valoraciones del mensaje y las actitudes de la población. g) Identificación h) La evocación i) El residuo: transformaciones que se atribuyen a causas incidentales individuales o tecnológicas.

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.1. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA PSICOLOGÍA

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Mecanismos Cognitivos y Transformaciones Semánticas.	Leon Festinger	años '50	<p>Disonancia cognitiva</p> <p>Teoría de la disonancia cognitiva</p>	<p>Cuando las relaciones entre cogniciones-unidades de información, que incluyen creencias, actitudes, opiniones y respuestas afectivas de agrado o desagrado, son percibidas como inconsistentes, los individuos inician procesos mentales o cambios de conducta encaminados a reducirla.</p> <p>No sólo las actitudes guían al comportamiento, sino que el comportamiento también guía a las actitudes.</p> <p>Establece condiciones que lo reafirman.</p> <p>Afirma que las cogniciones son resistentes al cambio ya que las percepciones son acordes con la realidad.</p> <p>Importancia relativa de las cogniciones: las hay más importantes que otras.</p> <p>Una persona que experimenta disonancia puede reducirla disminuyendo el número de condiciones disonantes o su importancia.</p> <p>Implicación más importante en los procesos de comunicación: en la exposición a un punto de vista discrepante, cuanto menos buenas sean las razones para hacerlo, mayor será la disonancia y el cambio consecuente positivo hacia la posición discrepante.</p>

III.7. U.CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Modelos comunicativos	Harold D. Laswell	Behaviorista	Acción comunicativa	"Quien dice qué, por qué canal, a quién, con qué efectos"
	Watzlawick	Miembro de la Escuela de Palo Alto	Comunicación Interpersonal	Características como sistema abierto: - Totalidad: todas las partes están interrelacionadas y un cambio en una de ellas provoca un cambio en todas las demás. - Retroalimentación o circularidad: cada mensaje provoca un nuevo mensaje. - Equifinalidad: en los cambios, idénticos resultados pueden tener orígenes distintos.
	Manuel Martín Serrano	España (1982)	Procesos comunicativos como sistemas de comunicación  Componentes del sistema de comunicación  Componentes de otros sistemas	Función abierta a influencias exteriores de otros sistemas no comunicativos, así como éste influye sobre ellos (el más importante sistema social)  Actores, expresiones comunicativas, representaciones, instrumentos de comunicación.  - Sistema de objetos de referencia de la comunicación - Intervenciones y mediaciones originadas en el sistema social que controlan a cada uno de los componentes del sistema comunicativo y al sistema en su conjunto.
Los actores de la comunicación	M. Martín Serrano	España (1982)	La interacción comunicativa	- Al menos participan dos actores: "el ego" que inicia la comunicación y el "alter" que es solicitado comunicativamente por el primero. - El fenómeno comunicativo está conformado por: a) · Las acciones ejecutivas · Las acciones expresivas b) Los instrumentos c) Las representaciones

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Los actores de la comunicación	M.Martín Serrano	España, 1982	La Interacción comunicativa	<p>a) Existen dos formas de interactuar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Acción ejecutiva</u> que antecede a las expresivas. Interactúan con otro mediante la coactuación, no mediante comunicación (pueden confirmar o desmentir)</li> <li>- <u>Acción expresiva</u>, o interacción por vía de la comunicación. Por razones de economía, se han ido sustituyendo las primeras por las segundas.</li> </ul> <p>b) Génesis de los instrumentos: El hombre ha ampliado y amplificado tecnológicamente la capacidad comunicativa de sus instrumentos de comunicación pero siempre franquea los límites de codificación y decodificación de señales que pueden procesar los órganos de los sentidos.</p> <p>c) Génesis de las representaciones: la especie humana comunica a propósito de todo lo existente y de lo que nunca podría existir.</p>
	- Watzlawick - G. Bateson - Ray L. Birdwhistell - Edward T. Hall	Escuela de Palo Alto	La interacción comunicativa	"Metáfora de la Orquesta". El actor social participa en todo momento, tanto si lo desea como si no, con sus gestos (Kinesica), su mirada, su silencio e incluso su ausencia (Proxemica: el espacio interpersonal) (Hall).
	E. T. Hall			El contenido de la conversación está íntimamente relacionado tanto con la distancia y la situación, como con la relación entre los participantes y sus emociones y actividades.
	Aristóteles	Filosofía clásica	Caracter finalista de la comunicación	- El fin de todo proceso comunicativo es informar, persuadir y entretener. (No son excluyentes)

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Los actores de la comunicación	M. L. Rouquette	Francia (1977)	La comunicación interpersonal	Red de eslabones (o unidades de emisión-recepción) que permiten que se transmita el mensaje a través de unos canales determinados, a lo largo de cuya cadena de transmisión el mensaje va cambiando de estado. Se ha pasado de la red lineal (Allport, Postman) a redes plurilineales con diferentes expresiones y lazos. Dichos eslabones no son considerados semejantes (existencia de jerarquías implícitas), lo que produce transformaciones semánticas.
	Lazarsfeld Berelson Gaudet	EEUU (1948)	La comunicación Interpersonal: Líderes de Opinión	<u>Dos etapas</u> de penetración de los mensajes en una población: el mensaje lo recibe primero el líder de opinión y éste lo transmite a otros.
	Menzel y Katz	? (1986)	-Com. Interpersonal: Pluralidad de líderes de opinión y más de dos etapas -Variable de cohesión social -Posición del eslabón en la red de relaciones sociales	- Un determinado líder de opinión lo es para cierta fracción del conjunto - La comunicación se produce, por tanto, en más de dos etapas.  -El grado de adhesión de los miembros de un grupo al contenido del rumor está ligado al grado de adhesión que manifiestan los guías de opinión. -Estudio de: 1.- Relaciones existentes entre los diferentes grupos de esa población. 2.- La estructura interna del grupo institucional o formal y la efectiva o informal. 3.- Las actitudes características del grupo en relación con el objeto de referencia, previas a la introducción de éste.
	Allen y Cohen	(1969)	Estructura de la comunicación formal e informal en las organizaciones	Los individuos que ocupan una posición central en la red de comunicación efectiva son los más informados.  Existe una relación positiva entre la estructura informal y la red de discusiones profesionales.

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
El Mensaje	George Lakoff y Mark Johnson	Perspectiva lingüístico-filosófica	Metáforas de la Vida Cotidiana	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las metáforas impregnan la vida cotidiana formando una red que afecta a las representaciones internas, a la visión del mundo del hablante.</li> <li>- Modelo dialéctico: La experiencia y los campos metafóricos del lenguaje se generan y modifican en un enfrentamiento continuo, de forma que los valores más fundamentales en una cultura serán coherentes con la estructura metafórica.</li> <li>- Se distinguen tres tipos de conceptos metafóricos:               <ul style="list-style-type: none"> <li>· Metáforas estructurales : tiempo</li> <li>· Metáforas de orientación: la mayoría de orientación espacial</li> <li>· Metáforas ontológicas: de sustancia y entidad; de recipiente; de personificación</li> </ul> </li> </ul> <p>Con estas metáforas, muchas heredadas del Latín, se producen numerosos contenidos peyorativos heredados.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Se pueden manifestar en todo tipo de elementos gramaticales</li> </ul>
	Paul de Maesener	Periodista ?	Noticia	Toda información nueva -sobre algo unido al presente, en un presente inmediato o que ocurrirá- sobre un hecho, idea u opinión significativa y reciente, que afecta al oyente y es de su interés.
	Juan Benavides	España. Fin años '80-'90	Narración oral	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición de Narración: secuencialización de acontecimientos que se establece a través de un argumento.</li> <li>- Estructura Narrativa: a partir del estudio del cuento, como mito destruido, y su uniformidad de funciones de un cuento a otro, depende de determinados actantes (personajes que realizan la acción, no actores).               <ul style="list-style-type: none"> <li>· Microuniverso discursivo con la correlación de tres pares de actantes (seis funciones): Sujeto y Objeto; Destinador o Destinatario; Conjunto de Obstáculos y de Ayudas.</li> </ul> </li> </ul>

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
El Mensaje	Melvin L. Defleur, Luis Buceta Facorro y Ubaldo Cuesta Cambra	Investigación intercultural experimental en tres universidades americanas (EEUU) y en la Complutense de Madrid	El recuerdo de breves noticias en prensa, radio, TV y ordenador, percibidas por primera vez	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilización de metodología experimental intercultural: requiere que cada condición existente sea tan similar a la del otro grupo como sea posible, excepto para el factor "cultura".</li> <li>- Se encontraron factores diferentes de recuerdo en una u otra cultura según los medios empleados:               <ul style="list-style-type: none"> <li>· Todos recordaron mejor la noticia emitida por la prensa. En EEUU el ordenador alcanza la misma eficacia, en España la menor de todos.</li> <li>· La TV, tercera en eficacia en ambos grupos</li> <li>· La radio superó en recuerdo a la TV en España. En EEUU, aprendieron menos de la radio que de cualquier otro medio.</li> </ul> </li> </ul>
	Teresa Velázquez	Teoría de la Comunicación. España	Influencia de los m.c.m. y sus profesionales en la construcción de la realidad social	El discurso social es definido desde los Medios de Comunicación Social al resaltar lo que les parece "más noticiable". Los hechos suceden y ellos establecen la agenda temática para los demás.
	Carlos Castillo del Pino	Neurosiquiatra que estudia desde la sociología. España (1969)	Lenguaje e Incomunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Paradoja del mundo de hoy</u>: inimaginable cobertura de los Medios de Comunicación de Masas versus incomunicación entre los individuos: desfase entre las exigencias de comunicación y las posibilidades existentes para verificar la información.</li> <li>- <u>Incomunicación</u>: comunicación parcial o distorsionada. Cada estructura social permite de forma implícita hablar de determinadas cosas y por otro lado no permite hablar de otras muchas.</li> <li>- <u>Tipo de conducta característica de la incomunicación en un contexto competitivo</u>: conducta anómica, que es relativamente uniforme y conlleva la disociación entre las aspiraciones manifiestas y las latentes. Utiliza la competencia para la adquisición de los objetos.</li> <li>- <u>Rasgos de la competitividad</u>:               <ul style="list-style-type: none"> <li>· El objeto sobre el cual se compete es poseible y valioso para uno y para la comunidad.</li> <li>· Los sujetos que compiten por él coinciden en la apreciación del valor del mismo</li> </ul> </li> </ul>

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRESIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
El Mensaje	Carlos Castilla del Pino	" " "	Lenguaje e Incomunicación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Competitividad: el objeto tiende a hacerse nuestro y por ello creemos que somos únicos y más que los demás. El que no lo consigue cae en la frustración y adquiere la falsa conciencia de ser menos que el otro. En esa situación hay una verdadera incomunicación.</li> <li>- Limitación a nuestro uso del lenguaje:: a) Pensar sobre lo vivenciado; b) Hablar sobre lo que es posible decir.</li> <li>ambos imponen el sobreentendimiento, que puede llevar al malentendido, ya que la interpretación se basa en una supuesta significación del otro (superposición de nuestro prejuicio sobre lo que el otro nos dice y se sobreentiende).</li> <li>- Niveles de Incomunicación:               <ul style="list-style-type: none"> <li>· La realidad aprehendida no es valorada.</li> <li>· Mediante un mecanismo disvalorativo o un prejuicio negativo se llega a una "No visión" de alguna parte de la realidad.</li> </ul> </li> <li>- Posibilidades de Incomunicación:               <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Prejudicativa: se rechaza la realidad entera para no implicarse en la responsabilidad de tener que contar con una realidad poco gratificante.</li> <li>b) Judicativa: Una vez aprehendida la realidad se emite un juicio de valor. Si éste es negativo la realidad no se acepta y se rechaza con justificaciones parciales.</li> </ul> </li> <li>- Efectos de la incomunicación:               <ul style="list-style-type: none"> <li>· Aburrimiento: actitud de pasividad que impide la comunicación. Hábito de no querer ver en la realidad nada inquietante que lleva a la homogeneización aparente de ésta en un vacío modo de expresión.</li> <li>· Rutina: homogeneización proyectada sobre los objetos de la realidad.</li> <li>· Pudor: puede llevar a la pérdida de la espontaneidad.</li> <li>· Aislamiento virtual: no hay conciencia de que exista incomunicación (enajenación en el trabajo)</li> <li>· Extrañación de uno mismo tras años de incomunicación y aislamiento.</li> </ul> </li> </ul>



III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Mensaje	Roland Jacquard	1988	Mensaje secreto. Desinformación	<p>- Propagación de informaciones falsas con el fin de crear confusión en la opinión pública.</p> <p>- Escritor chino (Sun-Tzu). "El arte de la Guerra" (S VI - IV a.C.).</p> <p>- El rumor: arma para hacer vulnerable al enemigo antes de la batalla.</p> <p>- "Secreto": objeto a proteger o desvelar en el mecanismo de desinformación. Significa etimológicamente "separar" - se consigue separar a los que no se desea que lo conozcan de los que lo guardan celosamente-. Proceso separador que se experimenta en todas las fases del secreto: elaboración, protección, manipulación y descubrimiento.</p> <p>- Una de las utilidades del secreto es la voluntad de desestabilizar.</p> <p>- La desinformación puede originarse en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· La fuente del mensaje: por motivos políticos, económicos ... (numero de personas que acuden a una manifestación).</li> <li>· El propio mensaje (alude al rumor): la infiltración de ciertos mensajes que en su propia forma son desinformativos.</li> <li>· Medios de Comunicación: son continuos transmisores de desinformación.</li> <li>· El destinatario: su sentido crítico es inversamente proporcional al grado de preparación que tenga.</li> </ul>

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
El Mensaje	William Labov	Lingüista, EE.UU.	La narración popular	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partes básicas: posición en la secuencia y función retórica en la narración.</li> <li>- <u>Interpretaciones:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Psicoanalíticas</li> <li>· Antropológicas:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Las historias son reflejo de la cultura y la sociedad</li> <li>2.- Elementos que provienen de sociedades tradicionales.</li> <li>3.- Interpretación funcional: contribuyen a la cohesión social y cultural.</li> </ol> </li> <li>· Literarias:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Etnopoética: busca los principios poéticos con los que las sociedades no literarias han creado y representado su arte verbal.</li> <li>2.- Criticismo del cuento: folklorista suizo (Max Lüthi)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>
	Antonio Lara	España. Años '80-'90	Narraciones gráficas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Características que las acercan al rumor:               <ul style="list-style-type: none"> <li>· Escaso interés para la comunidad científica.</li> <li>· Extraordinaria penetración y capacidad expresiva para la crítica social.</li> <li>· Alto sentido antropológico de la cultura "viva".</li> <li>· El 'comic' como síntoma de la problemática social del momento.</li> </ul> </li> </ul>
Los canales de la comunicación	José L. López Aranguren	España (1986)	Canales naturales de comunicación en Microgrupos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cada canal elegido influye socialmente de distinto modo sobre el receptor e incluso sobre el emisor.</li> <li>- La forma de la comunicación humana más elemental es la interindividual, personal y directa.</li> <li>- La comunicación incluye:               <ol style="list-style-type: none"> <li>a) la información primaria, que contiene el mensaje que se transmite</li> <li>b) la información secundaria: el conocimiento de que ese mensaje está circulando y el de quién o quienes lo han recibido.</li> </ol> </li> </ul>

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.2. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Los canales de comunicación	J.L. López Aranguren	España, 1986	Canales naturales de comunicación en Macrogrupos	Tradicionalmente los templos, actualmente los congresos, simposios, etc. Los canales naturales han sido hoy sustituidos por los canales artificiales de comunicación social.
El objeto de referencia	M. Martín Serrano	España (1982)	Definición	<p>Aquello a propósito de lo que se comunica. Puede ser objeto material o ideal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Entidades de la naturaleza</li> <li>b) Seres humanos</li> <li>c) Entes de la razón y seres ideales</li> <li>d) Acontecimientos: ya cumplido y repetible; ya cumplido e irrepetible; todavía no cumplido</li> </ul> <p>Los datos de referencia sólo pueden ofrecer información parcial a propósito del objeto de referencia, lo que plantea la cuestión de la validez de la comunicación. Además, las distintas mediaciones en el uso de los "media" que introduce cada sociedad, afecta a la veracidad de la información.</p>
			Comunicación de verificación	<p>Existen dos formas:</p> <p>1.- Vicaria: el objeto de referencia no participa en la génesis de los datos de referencia que el receptor recibe a través del "medium", ni está disponible para probar la pertenencia de los datos en el momento en que se produce la comunicación. El receptor deberá aceptar la autoridad del emisor. Referente vicario.</p> <p>2.- Referencial: el objeto de referencia sí interviene en la génesis de las expresiones.</p>
			Regresión comunicativa	Proceso comunicativo de verificación referencial que es utilizado según el modelo comunicativo propio de una comunicación vicaria, siendo posible el recurso al juicio de realidad. El emisor sigue haciendo uso del juicio de autoridad y el receptor recrea los hechos a partir de datos subjetivos.

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.3. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
La Propaganda Oral	Alejandro Pizarroso Quintero	Historiador de la Comunicación	Civilización griega Sátira ateniense	→ “Las Comedias” de Aristófanes: ejemplo de propaganda política cuyos tintes satíricos facilitan la aceptación del público. → La sátira es necesaria para descubrir los vicios públicos y advertir a la ciudad sobre los males que de ellos pueden derivarse.
			Retórica de Aristóteles	La mejor aportación griega para la Teoría de la Persuasión.
			Sofistas	Desarrollan técnicas de convicción independientes de los contenidos de los mensajes.
			Imperio Romano	→ Junto a su expansión territorial, <u>su política de integración permite exportar su sistema, sus argumentos políticos, sus ideales y leyes ...</u> → C. Julio Cesar: gran orador y creador de lemas.
			Edad Media	→ La Iglesia, principal propagandista, por medio de los símbolos y la palabra hablada (predicación con sermones). → Con la Inquisición, el secreto, la incertidumbre, la publicidad de los castigos, etc. claros ejemplos de acción psicológica. → Los <u>Juglares</u> y los <u>Cantares de gesta</u> . → <u>El Islam</u> , otro ejemplo de expansión propagandística.
			Edad Moderna	→ Lutero, gran orador, impulsor de la Reforma. → Napoleón: el Rumor tiene su lugar en su plan de comunicación jerarquizado.
			Mundo contemporáneo	Tercer salto cualitativo en la Propaganda Política: I Guerra Mundial; Revolución Rusa.

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.4. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LAS TEORÍAS SOCIOLOGICAS.

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Construcción social de la realidad: Vida cotidiana	Peter Berger y Thomas Luckman	Sociólogos 1986	El conocimiento de la vida cotidiana	- El mundo consiste en realidades múltiples: la más real es la de la vida cotidiana. <u>El lenguaje hace más real nuestra subjetividad, ya que hace presentes</u> una diversidad de objetos que están ausentes tanto del "aquí" como del "ahora".
	Erving Goffman	Sociólogo, finales de los años '60	Interacción en la vida cotidiana	- Representación <u>teatral</u> de la vida cotidiana: cada uno adquiere un papel determinado en función del que "representan" los otros. El mecanismo de acomodación de estos papeles, consiste en recoger <u>indicios</u> desde la observación de los otros ( símbolos verbales, y expresiones no verbales)y aplicar <u>estereotipos</u> .
	Amando de Miguel	Sociólogo español, 1969	Interacción en la "vida mínima y cotidiana"	- <u>Interacción</u> es todo evento que manifiesta, en un grado tangible, el flujo de una parte sobre las acciones exteriores o los estados mentales de la otra. - Las relaciones sociales se <u>clasifican</u> en: ❖ De conflicto: indiferentes, que tememos, o que evitamos. ❖ De competencia: que tememos o que evitamos. ❖ De cooperación, en general preferidas. - El <u>Status</u> : Posición en una escala jerárquica en la que se distribuyen bienes socialmente escasos: poder, educación, renta, y otros indicadores físicos, como el humor, la simpatía, el atractivo, el erotismo, etc. - El <u>Prestigio</u> es la valoración que los demás hacen de cada Status (el centro de las demás posiciones es el 'Status ocupacional'). Conocido el Status es posible determinar el modo de pensar y de comportarse de la persona en cuestión. - El <u>rol</u> es el elemento dinámico del status que permitirá explicar la dinámica de las relaciones humanas.

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.4. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LAS TEORÍAS SOCIOLOGICAS

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Construcción social de la realidad: Vida cotidiana	Amando de Miguel	Sociólogo español, 1969	Interacción en la "vida mínima y cotidiana"	<p>- <u>Expectativas mutuas</u>: Sensación que tiene todo individuo sobre lo que esperan de él los demás, y lo que él espera de ellos.</p> <p>- Un <u>rol</u> está constituido por un <u>haz de relaciones</u> que incluye derechos, deberes, expectativas y reciprocidades.</p> <p>- Las personas (etimol. "máscara") adoptan tantas "caras" o "papeles" ante las expectativas de las terceras personas como situaciones de interacción sean posibles (el "qué dirán" como elemento eficaz de control social).</p> <p>- <u>Estructura interna de una relación de Rol</u>: La Persona 1(ego), mediante un Status A1 y un rol a1, se relaciona con un Status B1 y un rol b1 de la persona 2 (alter). Ambas personas tienen ciertas expectativas y modifican su conducta:</p> <p>→ Distancia o discrepancia de rol (la existente entre la expectativa y la conducta).</p> <p>→ Entre los Status B1 y A1 existen mecanismos de control social determinados por terceras personas (que también influyen en las expectativas).</p> <p>→ El control social somete la conducta del 'ego' a un juicio crítico que se denomina "tensión de rol". El 'ego' procura disimular o mitigar esta tensión, mediante el humor, la distracción, la regresión, etc. El 'alter' suele aceptar de buen grado estos mecanismos de excusa, ya que alguna vez le tocará actuar con márgenes de tolerancia.</p>

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.4. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LAS TEORÍAS SOCIOLOGICAS

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Construcción social de la realidad: Vida cotidiana	Amando de Miguel	Sociólogo, España, 1969	Interacción en la "vida mínima y cotidiana"	<p>- Mecanismos de reducción de conflictos entre "roles" (Robert K. Merton y Goode):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jerarquización de obligaciones en los papeles: se racionaliza el no cumplimiento o cumplimiento parcial del que es 'menos'.</li> <li>2. Dar la razón al más fuerte: permitir ciertas cosas a determinados Status y no a otros.</li> <li>3. Eliminación de uno de los papeles: solución traumática.</li> <li>4. Aislamiento de la conducta del 'rol' del resto de las relaciones potencialmente conflictivas, incluso institucionalizándolas: libertad de cátedra, secreto profesional, entrada de servicio ...</li> <li>5. Ante la incapacidad de representar ciertos roles, se actúa con éxito en otros (mujer poco inteligente, pero muy elegante).</li> </ol> <p>- <u>A través del conjunto de relaciones de 'roles' se produce una imagen estereotipada de nuestra personalidad, regular y predecible.</u></p>
			Interacción y Comunicación	<p>- Los M. C.M. llegan a ser instrumentos de <u>interacción personal</u>, puesto que las noticias, argumentos, héroes y mitos constituyen uno de los principales temas de conversación.</p> <p>- <u>Interacción entre individuos de diferentes status</u>: el de menor status suele estar mejor informado que el otro: ventaja inicial en la conversación que ayuda a compensar la desigual posición social de partida.</p> <p>- Las <u>terceras personas</u>, los otros, son siempre el <u>tema de conversación favorito</u> de dos individuos que interactúan: se les ensalza o "se les pone a caldo".</p>

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.4. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LAS TEORÍAS SOCIOLÓGICAS

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Construcción social de la realidad	Peter L. Berger	Sociología fenomenológica, 1988	La Cultura	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definiciones: "Mundo omnicomprendido socialmente construido de significados experimentados subjetiva e intersubjetivamente".</li> <li>- "La totalidad de los productos del hombre":               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creaciones materiales</li> <li>- Formaciones socioculturales no materiales que guían la conducta.</li> <li>- Reflejo de este mundo, tal como está contenido en la conciencia humana.</li> </ul> </li> <li>- La base y procedimientos que mantienen esa realidad es la <u>estructura de plausibilidad</u>. El vehículo de mantenimiento de esa realidad es la <u>conversación</u>.</li> <li>- Las <u>Instituciones</u>: fruto de las acciones habitualizadas que son comúnmente reconocidas por los individuos de una sociedad como una pauta o tipo específico.</li> <li>- Pautan la conducta humana en rutinas estables y socialmente predecibles: los cursos de acción quedan, en gran medida, predeterminados.</li> <li>- La sociedad moderna tiende a la <u>desinstitucionalización</u>. La institución y su estructura se desgastan: se deterioran las reglas del discurso en la vida social, las expectativas sobre el comportamiento de los otros, y las guías estables para la propia conducta personal</li> <li>- La <u>Identidad</u> se construye a través de la misma dialéctica con que se construye la Cultura. Al desempeñar varios roles, cada individuo tiene un conjunto de identidad. Esos roles se asignan en actos de reconocimiento social.</li> </ul>
Funcionamiento del pequeño grupo	M.S. Olmsted		Definición y clasificación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Piedra angular de la sociedad.</li> <li>- Definición de "grupo": pluralidad de individuos que se hallan en contacto los unos con los otros, que tienen en cuenta la existencia de unos y otros, y que tienen conciencia de cierto elemento común de importancia.</li> <li>- Clasificación de los Grupos: 1) Primarios, que están vinculados por lazos emocionales íntimos y personales. Suelen ser grupos pequeños con fines comunes, con contacto directo y espontáneo: la familia, los amigos...</li> <li>2) Secundarios, vinculados por relaciones racionales, funcionales e impersonales. Son grupos más numerosos (desde Asociaciones Profesionales hasta el Estado mismo).</li> </ul>



U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Funcionamiento del Pequeño Grupo	M.S. Olmsted		Comportamiento del Grupo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Emerge en todo grupo una Organización Social Informal con sus reglas y normas especiales (código de grupo que percibe la lealtad).</li> <li>- Cada individuo adopta diferente rol y aparecen relaciones de liderazgo y subordinación que pueden repartirse entre varios e incluso ser rotativas.</li> <li>- Dentro de un grupo aparecen subgrupos de acuerdo con la relación cara a cara entre sus miembros.</li> <li>- El líder recibe mayor número de confidencias y por ello conoce mejor que ninguno lo que pasa en el grupo.</li> </ul>
			Funciones del Grupo	<p>a) En relación con el individuo: sobre todo funciones del Grupo Primario:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proporcionar satisfacción afectiva.</li> <li>- Ofrecer entrenamiento para la socialización.</li> <li>- Restringe, inhibe o anula al individuo por su gran fuerza de cohesión.</li> </ul> <p>b) En relación con la Organización Formal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El Grupo Primario dentro de Grupos Secundarios: fortalece al individuo en su concepto del deber aunque también puede ser disfuncional para la organización.</li> </ul> <p>c) En relación con la Sociedad: menciona dos enfoques:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Enfoque negativo: cuando la influencia del Grupo Primario es perjudicial para la justicia y el progreso.</li> <li>- Enfoque positivo (Durkheim): una nación funciona si entre el Estado y el individuo se dan grupos secundarios lo suficientemente próximos a los individuos como para atraerlos a su esfera de acción. (aunque la sociedad moderna está produciendo la desaparición del Grupo Primario Primordial - Edward Shils, distingue tres tipos de Grupos Primarios: G.P.Primordial, unido por la ascendencia común o afiliación voluntaria; El G.P. Personal, unido por la simpatía, la atracción de unos a otros y la afiliación voluntaria; el G.P. Ideológico, unido por un ideal común y típico de los movimientos sociales revolucionarios y partidos políticos modernos.</li> </ul>

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.5. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA SOCIOLINGÜÍSTICA

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
El Lenguaje en la Vida Cotidiana (Lenguaje hablado)	William Labov, 1983	Estudio de los Signos en el seno de la Vida Social. Etnografía del habla. La lengua y el hombre social como un todo inseparable	Metodología de Estudio	<p>La Sociolingüística se plantea la siguiente cuestión: Por qué alguien dice tal cosa. Inseparabilidad del dominio del lenguaje y de la interacción social.</p> <p>Estudio directo del lenguaje.</p> <p>Recurso del "Idiolecto" para la descripción lingüística -Bloch, 1948-: es el discurso de una persona determinada que habla sobre un tema determinado a una misma persona y durante un tiempo limitado. Lo más interesante del estudio del "Idiolecto" es que los hablantes miembros de una comunidad de habla comparten un conjunto de estructuras normativas incluso aunque se de una variación muy estratificada en su discurso real.</p> <p>A) Cinco axiomas metodológicos -&gt; "La paradoja del Observador": el objetivo de la investigación lingüística de la Comunidad ha de ser hallar cómo habla la gente cuando no está siendo sistemáticamente observada. Sin embargo, sólo podemos obtener tales datos mediante la observación sistemática:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) La alternancia estilística: inexistencia de hablantes de estilo único (ya que éste cambia al cambiar el contexto social y el tema de conversación).</li> <li>b) La atención, que tampoco es igual a la que se presta al discurso.</li> <li>c) Lo vernáculo: estilo con un nivel mínimo de atención prestada al control del discurso.</li> <li>d) La formalidad, que causa mayor atención al discurso.</li> <li>e) La calidad de los datos, que sólo se obtiene mediante una entrevista magnetofónica individual.</li> </ul> <p>-&gt; Para superar la anterior paradoja, Labov propone, entre otras cosas, realizar entrevistas breves y anónimas, y realizar observaciones no sistemáticas y espontáneas del habla.</p> <p>B) Estructuración Sociolingüística: análisis de la variable sociolingüística, que es aquella correlacionada con alguna variable no lingüística del contexto social. Algunos rasgos lingüísticos -indicadores- se corresponden con contextos sociales ordenados en alguna escala social. Los indicadores aparecen estratificados al igual que la estructura social.</p>

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.5. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA SOCIOLINGÜÍSTICA

U. CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
El Lenguaje hablado en la Vida Cotidiana	William Labov	Sociolingüista, 1983	Metodología de estudio  Estudio del Habla	<p>Las variables sociolingüísticas -marcadores- presentan una distribución social además de una diferenciación estilística, por lo que la estratificación social se interrelaciona con la estratificación estilística.</p> <p>Hasta el momento se había tenido en cuenta lo que la gente dice, pero no lo que la gente debería decir: el vocabulario del habla es muy reducido produciéndose una conciencia social estereotipada debido al escaso número de marcadores sociolingüísticos que entran en juego. Estos estereotipos sociales nos dan una imagen sólo esbozada y asistemática de la estructura lingüística. Sin embargo, la evolución lingüística es sistemática, por lo que el habla vernácula (con escasa atención por el discurso) proporciona la perspectiva más sistemática de la estructura lingüística.</p>

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.6. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA SEMIOLOGÍA

U.CONCEPT.O	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRAT.	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Lenguaje y Cultura	Umberto Eco	Semiótica, 1981	Los Procesos Culturales como Procesos de Comunicación	<p>Estudia las condiciones de comunicabilidad y comprensibilidad del mensaje - codificación y descodificación- con independencia de la veracidad o falsedad de las informaciones: entiende los signos como fuerzas sociales.</p> <p>El significado es una unidad cultural. La experiencia real que cada uno puede tener respecto a cualquier referente queda así mediatizada por el recurso a unas unidades culturales dadas.</p> <p>Ejemplos de mediatización:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- En una determinada cultura pueden existir campos semánticos contradictorios.</li> <li>- Una misma unidad cultural puede formar parte de campos semánticos complementarios.</li> <li>- En una misma cultura una campo semántico puede deshacerse con gran facilidad y reestructurarse en un nuevo campo (azucar-ciclamoto).</li> </ul> <p>Por eso el lenguaje determina la cultura y no la cultura al lenguaje.</p>
			Código	<p>Tiene dos caras:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Denotación: modelidad elemental de una significación alegada por el referente.</li> <li>- Connotación: suma de todas las unidades culturales que el significante puede evocar institucionalmente en la mente del destinatario de forma metafórica (artificio retórico).</li> </ul> <p>Componentes semánticos: terminales de cada ramificación del significante.</p>
			Funciones del Lenguaje (Jakobson)	<p>Un mensaje puede cumplir algunas de ellas o varias a la vez:</p> <p>Función referencial; emotiva; imperativa; fáctica o de contacto, matalingüística y estética.</p> <p>Esta última función pretende atraer la atención por la forma. Puede provocar un alto carácter informativo, por sus numerosas selecciones alternativas y también un mensaje ambigüo. El mensaje ambigüo, a su vez, tiene las siguientes características: sorprende, suele ser contrario a la opinión común, debe ser verosímil, el mensaje debe apoyarse en unas bandas de "redundancia".</p>

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRESIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.6. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA SEMIOLOGÍA

U.CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRAT.	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Interpretación Social del Lenguaje y del Significado	M.A.K. Halliday	Semiótica Social, años 70 (que parte de la Sociolingüística)	Lenguaje Natural	Es el lenguaje oral. Este lenguaje es un sistema semiótico social, puesto que simboliza activamente el sistema social representando "metafóricamente" en sus patrones de variación lo que caracteriza a cada cultura humana.
			Actos cotidianos de Significación	Reconocimiento de los actos cotidianos de significación: los individuos que participan en una acción de comunicación no sólo se comprenden porque intercambian información, bienes y servicios mediante la interacción de las funciones del habla: con sus actos cotidianos de significación, estos participantes representan la estructura social y transmiten sus valores.
			Contexto del Lenguaje	El Contexto determina lo que decimos, y lo que decimos determina al contexto.
			Funciones de la Lengua	1-Instrumental; 2- Reguladora del comportamiento de los demás; 3- Interactiva: involucrar a otras personas; 4- Personal: identificar y manifestar el "yo"; 5- Heurística: explorar el mundo exterior e interior; 6- Imaginativa: crear un mundo propio; 7- Informativa: comunicar nuevas informaciones.
			Situación	Entorno en el que surge el texto. Se pueden obtener un número limitado de tipos generales de situación, a partir de la Observación del modo en el que los sujetos utilizan realmente el lenguaje en la vida cotidiana.
			Registro	Variedad de texto a partir del tipo de situación, de quiénes participan y de las funciones del lenguaje. Mediante él se determina el espectro dentro del cual se seleccionan los significados y las formas que se utilizan para su expresión. Esto permite la predicción del tipo de lenguaje que se utilizará en el contexto social.
			Texto	Unidad básica de la estructura semántica. Es lo que la gente realmente hace, significa y dice. Forma lingüística de la Interacción social.
			Código	Principio de Organización Semiótica que gobierna la elección de significados por un hablante y su interpretación por un oyente.

III.7. U. CONCEPTUALES QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN A LA COMPRENSIÓN DEL RUMOR:  
 III.7.6. PRINCIPALES APORTACIONES DESDE LA SEMIOLOGÍA

U. CONCEPT.	AUTOR	CONTEXTO	ASPECTO TRATADO	PRINCIPAL APORTACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
Antilenguajes	M.A.K. Halliday	Semiótica Social, años 70	Características	<p>1) Lenguajes generados por la antisociedad, que es la que se establece dentro de la Sociedad como alternativa consciente a ella, en forma de resistencia.</p> <p>2) Es el medio de realización de una realidad subjetiva.</p> <p>3) Comunica una Contra-realidad: que resalta la estructura y jerarquía social, se preocupa por la definición y defensa de la identidad; la información y el conocimiento son secretos -la realidad es secreta-, y los significados sociales son considerados como oposiciones: los valores se definirán por lo que no son.</p> <p>4) La antisociedad que transmite el antilenguaje es metonímica (es una extensión de ella) y una metáfora de la sociedad.</p>

**CAPÍTULO IV.-EL RUMOR Y SU INFLUENCIA EN  
LA CULTURA DE LAS  
ORGANIZACIONES** 

---

#### **CAPÍTULO IV.-EL RUMOR Y SU INFLUENCIA EN LA CULTURA DE LAS ORGANIZACIONES**

---

Los capítulos anteriores eran necesarios para desembocar en el tema central de esta Tesis que se concreta en la **influencia que ejerce el rumor en la cultura de las organizaciones**. La investigación del rumor en este ámbito concreto no sólo requiere definir con precisión qué entendemos por "Cultura de una Organización", sino que nos obliga también a tener en cuenta los estudios realizados sobre el "Rumor" hasta el momento (Capítulo II) y los demás conceptos que nos han ayudado a comprender su funcionamiento (Capítulo III).

Para entender la influencia que ejerce este peculiar proceso de comunicación sobre la cultura de una organización, estamos obligados a explicar qué entendemos por Organización Humana, qué nos sugiere la noción de Cultura de la organización, y qué características diferenciales tiene el Rumor frente a otras formas de comunicación de las organizaciones.

El Capítulo se estructura en seis apartados que dan respuesta a los contenidos citados: el concepto de Organización; el concepto de Cultura; las Características del Rumor frente a otras formas de comunicación de las organizaciones; el Contexto y situaciones favorables para el Rumor en ellas; su Proceso Comunicativo y, por último, la Influencia que ejerce este tipo de comunicación en la Cultura de las mencionadas organizaciones.



#### IV.- SOBRE EL CONCEPTO DE ORGANIZACIÓN

---

El concepto "organización", como afirma Juan Manuel Mazo en su Tesis Doctoral<sup>51</sup>, es un término que se delimita dentro de la amplia escala de grupos humanos. Esta escala, señala el autor, "iría desde la máxima informalidad y provisionalidad en sus nexos de unión, hasta la máxima formalización y ritualización de tales nexos" (Mazo, Juan Manuel, 1991: 6). En el extremo de mayor informalidad y provisionalidad se encontraría la "agrupación", y en el polo opuesto se encontraría la "organización con la máxima formalización y ritualización posible entre sus miembros". La diferencia la suele marcar la función que este grupo desempeñe respecto a sí mismo, respecto a sus integrantes y respecto a los demás grupos humanos.

Consideramos, por tanto, a "la Organización" como el marco central de interés en nuestro estudio del funcionamiento del Rumor ya que ella engloba con la amplitud deseada cualquier forma que ésta posea: bien sea institución pública, empresa privada o cualquier grupo humano que disponga, según las palabras de J.M. Mazo, "de una mínima capacidad de establecer una idea matriz y una estructura más o menos eficaz" (Mazo, J.M., 1991: 7).

---

<sup>51</sup> El autor delimita el concepto "organización" tanto en su Tesis Doctoral "Las Decisiones sobre Medios en Comunicación por Objetivos" -presentada en la Universidad Complutense de Madrid en 1991 (50/93), como en su obra "Estructuras de la Comunicación por Objetivos. Estructuras Publicitarias y de Relaciones Públicas" editada por Ariel en 1994.

A continuación se recuerda la clasificación que propuso Robert Lavidge de las diferentes Organizaciones existentes (Diseño e Imagen Corporativa en las Instituciones Públicas, editado por el IMPI e ICP en 1989: página 10):

<b>CONTROL DE LA PROPIEDAD</b>	<b>DIMENSIÓN SOCIAL</b>	<b>NATURALEZA DE LOS BIENES</b>	
		<b>B. y Servicios susceptibles de venta</b>	<b>B. y Servicios no susceptibles de venta</b>
<b>CONTROL PRIVADO</b>	<b>Interés Particular</b>	Empresa Privada	Asociaciones Privadas
	<b>Interés Colectivo</b>	Empresa Privada restringida	Asoc. de utilidad pública
<b>CONTROL PÚBLICO</b>	<b>Interés Particular</b>	Capitalismo de Estado	Administraciones Públicas de interés particular
	<b>Interés Colectivo</b>	Empresas Públicas	Administraciones Públicas

Para tratar adecuadamente la influencia que ejerce el Rumor en la Cultura de las Organizaciones se van a abordar en este Capítulo las características del Rumor frente a otras formas de comunicación de las organizaciones, el contexto y situaciones que lo favorecen, y el proceso comunicativo que lo caracteriza, teniendo en cuenta que nuestro foco de atención se sitúa en el interior de las citadas organizaciones.

#### IV.2.- SOBRE EL CONCEPTO DE CULTURA

---

El concepto "Rumor" ha quedado a lo largo de los demás capítulos de esta Tesis suficientemente explicado, mientras que el concepto "Cultura de la Organización" debe ser ampliado.

El término "Cultura Empresarial" se desarrolló a partir de los años 60 de la mano de la Sociología aplicada a la Empresa y sobre todo a partir de la Escuela de Relaciones Humanas (Garmendia, J.A., 1988: 8). En los años ´70, y por influencia del impacto del éxito empresarial japonés en el mundo -unido a ciertos rasgos culturales muy específicos e influyentes en el funcionamiento de la organización-, el concepto "Cultura de la Organización" fue generalizándose hasta esta década de los ´90.

El Psicólogo español José Luis Pinillos **define la cultura como "el sistema de valores y metas vigentes en toda comunidad humana, a cuyo servicio se hallan las técnicas materiales"**, y amplía esta noción considerando a la cultura como una creación humana que regula la propia vida del hombre. Pinillos distingue entre **"Cultura Manifiesta"**, que puede ser material (equiparable al concepto Civilización), espiritual o comportamental; y **"Cultura interior"** que incluye las vivencias subjetivamente estimadas, vivencias habituales y encubiertas, creencias íntimas y pautas interiorizadas.

M.S. Olmsted aporta al concepto "cultura" la noción de **proceso de ajuste entre todos los miembros del grupo**, de forma que al proponer ideas, realizar valoraciones, añadir contrapropuestas, modificarlas, al

contrastar significados, situaciones, creencias y comportamientos se va configurando un conjunto de normas que influye en las percepciones y juicios del individuo. Estas normas se consolidan a través de gratificaciones potenciales que implica comportarse de acuerdo con ellas y de las sanciones implícitas derivadas de la negación de seguirlas.

Con el Método de Observación de Bales, que estudia 12 categorías culturales, podemos concluir que un grupo bien organizado, en el que la función de éste se cumple satisfactoriamente, implica una **alianza entre los "especialistas de tarea" y los "especialistas socio-emocionales"** -como en el caso de las funciones del padre y de la madre en la familia-. Además este autor opina que las decisiones del grupo son más efectivas si el individuo participa en su propia elaboración. Este autor identifica una doble influencia del grupo en el individuo: la que actúa sobre la actividad instrumental -sobre el pensamiento o la percepción- y la que actúa sobre la actividad expresiva -sobre las emociones-.

#### **IV.3.- CARACTERÍSTICAS DEL RUMOR FRENTE A OTRAS FORMAS DE COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES**

---

Para entender qué lugar ocupa el Rumor en el amplio espectro de comunicaciones que se producen en el seno de las organizaciones, es obligado dedicar unas líneas a delimitar su campo de actuación y características, frente a las demás formas comunicativas.

Juan Manuel Mazo, a partir del concepto de Organización tratado anteriormente, analiza los diferentes sistemas de comunicación que son inherentes a ella. Todas aquellas formas de comunicación que cumplen determinados objetivos de la citada organización, las denomina Sistemas de Comunicación por Objetivos. Estos sistemas oscilan entre dos modelos extremos (Mazo, J.M., 1991: 91):

Modelo A) De comercialización o "Marketing": se incluyen todas las formas de comunicación que están al servicio de los intereses comerciales, hasta el punto de que subordina el uso de estas técnicas a tales intereses -en este caso, la Publicidad, como se supervalora, produce una exclusión de muchas otras formas de comunicación-.

Modelo B) De comunicación integral o integrada: frente a la parcelación anterior, este modelo parte de las necesidades globales de comunicación de estas organizaciones. Del estudio de estas necesidades nace la solución "integrada" para salvar las limitaciones de cada una de las formas de comunicación que se requieren. En este modelo lo más complicado es la coordinación efectiva de estas formas diferentes de comunicación y la aplicación simultánea de las diferentes técnicas comunicativas. De hecho, sin la concienciación desde la Dirección y sin los mecanismos adecuados, resulta prácticamente inviable.

Este segundo modelo de comunicación nos sitúa en un contexto más rico y realista debido a su mayor entropía y a la importancia que adquiere en el entorno en el que se desarrolla la organización<sup>52</sup>.

**Seguidamente analizaremos las principales características del Rumor frente a otras formas de comunicación que coexisten en las organizaciones.**

### ***El Rumor, interacción expresiva***

A partir de la Teoría de la Comunicación de Manuel Martín Serrano el Rumor queda definido como forma comunicativa al integrarse en la acción expresiva, la forma de interactuar que nos lleva a la Comunicación. Esta interacción comunicativa exige que al menos participen dos actores: el "ego", que inicia la comunicación, y el "alter" que es solicitado comunicativamente por el primero.

Entre las dos formas posibles de interactuar que distingue Martín Serrano, -la acción ejecutiva, que antecede a la expresiva y necesita una coactuación; y la acción expresiva, cuya interacción se realiza por medio de la comunicación-, nos interesa la segunda, que puede verse confirmada o

---

<sup>52</sup> A este respecto, el autor citado recoge una interesante aportación (Mazo, Juan Manuel, 1991: 162) de Louis Darms respecto a la concepción espacio-temporal de los medios de comunicación y la influencia de su entorno. En el artículo que este investigador francés publica en la Colección "Communication et Langages" N° 1 -Marzo 1969-, titulado "Communication ou Information L'homme intervient spatio-temporel", queda patente que los medios de comunicación no pueden ser considerados únicamente "medios-instrumento", sino también "medium-milieu" (o medios-ambiente). Esto significa que dichos medios forman parte de una dimensión espacio-temporal progresiva que pone en duda qué es más importante: el mensaje, el canal a través del cual se transmite el mensaje, o el ambiente en el que éste se difunde (aspecto éste último poco estudiado).

desmentida por la primera. Esta interacción llega a ser completa y continúa desde el punto de vista de los investigadores de la Escuela de Palo Alto (Watzlawick, G. BATESON, R.L. Birdwhistell, E.T. Hall) con su "Metáfora de la Orquesta": el autor social participa en todo momento, tanto si lo desea como si no, con sus gestos, su mirada e incluso con su silencio o su ausencia.

### ***El Rumor es una forma de comunicación interpersonal oral***

La comunicación humana más elemental es la interindividual, personal, directa y, por tanto, oral. De hecho, la comunicación interpersonal oral es la primera forma de comunicación verbal que aprendemos los seres humanos. Este aprendizaje se produce en el seno de un grupo primario - familia- que es el que demanda mayor grado de participación y vinculación emocional.

Este tipo de comunicación cara a cara y oral puede producirse tanto de forma dual -de persona a persona-, cuyo contacto es elegido mediante un proceso de selección dirigido por la confianza, como en el seno de un pequeño grupo<sup>53</sup> y ante una mayor o menor audiencia -lo que denominamos "en público"-. Esta tercera posibilidad se aleja de nuestro objeto de estudio.

La comunicación interpersonal se amplía más tarde a grupos secundarios, que son los que intervienen en el contexto delimitado por nuestra investigación.

---

<sup>53</sup> La comunicación en un pequeño grupo puede estar determinada por tres propósitos básicos: la búsqueda de interacción como proceso de socialización; la discusión de un/os tema/s determinados; y la toma de decisiones sobre determinados asuntos.

Debemos tener en cuenta que en toda comunicación cara a cara se distinguen los siguientes componentes:

- > Los actores, con sus características personales, sus estatus, sus roles.
- > Las relaciones que guardan entre sí estos actores, marcadas por la imagen que tienen de sí mismos y del otro, los fines que persiguen, etc...
- > El contenido explícito de los mensajes que se intercambian.
- > El contexto que enmarca cada acto comunicativo.
- > Las normas del grupo al que pertenecen o de sus grupos de referencia ya que éste/éstos impone/n unas normas comunicativas

Y el estilo oral permite que los actores completen su mensaje con sus expresiones no verbales y hagan un uso máximo de la retroalimentación.

En la investigación que nos ocupa, lo que nos interesa conocer son las pautas de relación entre los miembros de un grupo pequeño tal y como M.S. Olmsted lo concibió. Entendiendo al pequeño grupo como una red de comunicación -Bavelas- pueden darse tres formas:

- > Circular: en el que al no existir líder las relaciones se producen en círculo. Este tipo de grupo es desorganizado pero agradable.
- > En rueda: al existir un líder, las pautas de relación confluyen en éste, lo que produce un grupo más organizado pero con mayor insatisfacción de sus miembros.
- > En cadena: la transmisión es lineal.



Si consideramos a este pequeño grupo como un Proceso de Interacción -F.Bales- en el que lo que interesa es conocer la solución de problemas funcionales de interacción tanto afectivos como intelectuales, el cambio significará una ruptura del equilibrio de éste. En este proceso, el grupo queda configurado con cuatro dimensiones de diferenciación de roles:

- > Según el acceso a los recursos.
- > Según el control que exista sobre las personas, que define la autoridad en el grupo.
- > Según el estatus entendido como la contribución de cada individuo para el cumplimiento de los fines del grupo.
- > Según la solidaridad existente, como lugar que ocupa el individuo dentro de una red de lealtades y afectos mutuos.

La Comunicación Interpersonal, que funciona como un sistema abierto, tiene tres características de interés para Watzlawick:

- > La totalidad: por la que todas las partes de este sistema están interrelacionadas y un cambio en una de ellas provoca un cambio en todas las demás.
- > La Retroalimentación o Circularidad: por la que podemos afirmar que cada mensaje provoca un nuevo mensaje.
- > La Equifinalidad: por la que idénticos resultados pueden tener un origen distinto.

Este tipo de Comunicación tiene lugar siempre durante un proceso de interacción. Entre las fases que Amando de Miguel establece en el proceso de la Interacción destacamos la que implica confianza en los demás por considerar a esta característica un rasgo distintivo de la sociedad española. En opinión de Amando de Miguel la sociedad española, al considerar la

mentira como un "pecado venial", provoca una desconfianza hacia el otro que incluso llega a impregnar la sabiduría popular con refranes ya citados.

M.L. Rouquette explica este tipo de comunicación a partir de una Red de Eslabones (o unidades de emisión-recepción) que permiten que se transmita el mensaje a través de unos canales determinados a lo largo de cuya cadena de transmisión el mensaje va cambiando de estado. Estos eslabones no son semejantes, ya que existen jerarquías implícitas, lo que produce transformaciones semánticas en el mensaje.

Henri-Jean Martin concede a la Comunicación Oral todo el protagonismo en un amplio período de la Historia de Europa que abarca desde el siglo V a.J.C. hasta el siglo XI d.J.C.

Más recientemente podemos datar el continuo interés por los avances técnicos para la comunicación oral que han provocado desde entonces importantes cambios de hábitos.

Ithiel de Sola Pool nos relata que cinco siglos después de aparecer la imprenta, se logró que la voz se almacenara, repitiera y se transmitiera a grandes distancias: estamos hablando del telégrafo, del teléfono, de la grabadora y de la radio, televisión y cine.

A pesar de lo que pueda parecer con el imparable desarrollo de los medios de comunicación, el panorama de la comunicación humana no ha cambiado tanto: el público sigue obteniendo y transmitiendo la mayoría de la información que maneja con la comunicación interpersonal oral. De hecho, la comunicación interpersonal tiene una gran carga persuasiva, como afirmó F. Carrera Villar.

Alejandro Pizarroso Quintero opina respecto a la propaganda que es polimórfica, usa recursos casi infinitos y entre ellos se incluye la palabra hablada en pequeños grupos. Un bonito ejemplo que nos brinda la Historia medieval es la de los Juglares, magníficos transmisores de la historia oral mediante la palabra hablada adornada con su música. El mensaje de los Juglares es un magnífico ejemplo de Narración, que es definida por Juan Benavides como "la secuencialización de acontecimientos que se establece a través de un argumento". El estudio de la Estructura Narrativa llevada a cabo por este investigador parte del estudio del Cuento. La uniformidad de funciones de un cuento a otro dependerá de determinados actantes (personaje que realiza la acción, en general, no sólo el autor concreto) que se correlacionan formando un micro-universo discursivo con tres pares de actantes y seis funciones:

- > Sujeto y Objeto.
- > Destinador o destinatario.
- > Conjunto de obstáculos y de ayudas.

La narración popular también ha sido estudiada por William Labov. Desde un punto de vista Antropológico, la narración popular es el reflejo de la cultura donde nace, y contribuye a la cohesión social y cultural.

***El Rumor, como manifestación "informal" de la Organización.***

Junto a las comunicaciones que dentro de la organización son denominadas convencionales (Publicidad, Información, Propaganda, Relaciones Públicas, Comunicación Interna, etc...) coexisten las denominadas manifestaciones informales caracterizadas por la espontaneidad y la independencia de cualquier mecanismo formal que establezca la propia organización. Para ello habrá que tener en cuenta que en toda organización existen **dos redes de comunicación: la formal y la informal o extra-oficial:**

- El Sistema formal: simbolizado por el organigrama de la empresa.
- El Sistema informal o extra-oficial no figura en ningún documento; y , sin embargo, existe. Kapferer ejemplifica este sistema con la habitual red informal de comunicación "secreta" creado por las secretarías, a las que considera como fuente irremplazable de noticias:

- .Saben quién está bien considerado y quién no.
- .Quién gozará de una buena promoción y quién estará excluido.
- .A qué se parecerá la futura organización.
- .Quién será cambiado de función.
- .Qué nuevos puestos se van a crear.
- .Cómo es la imagen real de la organización.
- .
- .
- .

Aunque la mayoría de las Organizaciones humanas ni siquiera se plantea la existencia de este tipo de comunicaciones, los principales especialistas en materia de Comunicación y Relaciones Públicas dedican en los últimos años parte de sus reflexiones a las formas internas de comunicación. De hecho, en el 10º Congreso Mundial de Relaciones Públicas celebrado en Amsterdam entre el 3 y el 7 de junio de 1985 -bajo el título "Between People and Power"- se definieron ocho características de las relaciones existentes entre los grupos sociales y las organizaciones públicas y privadas de nuestro tiempo. Una de ellas consideraba que, debido a la creciente complejidad de los sistemas sociales, las organizaciones debían prestar más atención a las comunicaciones interiores (Mazo, J.M., 1991: 83-84).

Estas ocho características de las relaciones entre los grupos sociales y las organizaciones públicas y privadas, eran las siguientes:

- 1- El rápido desarrollo científico crea una complejidad creciente de estas relaciones.
- 2- Ante los problemas de nuestro entorno, se caracterizan por la Alienación.
- 3- Especialización.
- 4- Información a la élite.
- 5- La Paradoja de la Información: existente entre el crecimiento técnico de las comunicaciones y la creciente tendencia hacia los medios a pequeña escala: como las emisoras de la Televisión y Radio locales.
- 6- La sobrecarga de información.
- 7- La necesidad de prestar más atención a las comunicaciones interiores, ante la creciente complejidad de los sistemas sociales y las organizaciones.
- 8- Necesidad de "standards" morales.

Allen y Cohen estudiaron la Estructura de la Comunicación formal e informal en las organizaciones, y una de sus principales conclusiones fue la comprobación de que los individuos que ocupan una posición central en la red de comunicación efectiva son los más informados.

El desconocimiento existente con respecto a la comunicación informal es temida por la mayoría de profesionales de la comunicación. En concreto, Francisco Javier Barranco, Socio-Consultor de Central de Auditorías S.A., menciona expresamente en su estudio sobre Comunicación Interna en la empresa, que la estructura informal basada en relaciones personales y de amistad produce graves distorsiones en la circulación y el contenido de los mensajes, dando lugar a un "tipo de comunicación basada en rumores y cotilleos", que acaban desvirtuando la realidad de la empresa.

***El Rumor transmite siempre un mensaje interesante, ambiguo y destinado a ser creído***

Otra de las características que distingue al Rumor de otro tipo de comunicaciones orales e informales que se producen cotidianamente en la organización es que el mensaje es percibido siempre con gran interés precisamente por su ambigüedad y su capacidad para avivar sentimientos diversos acordes con el marco cultural en el que se produce.

G.W. Allport y L.Postman definieron estas características de importancia y ambigüedad con una relación multiplicativa, de forma que a mayor importancia y/o ambigüedad, mayor será la intensidad del Rumor. Por el contrario, si alguna de estas características no existe, no se producirá el Rumor:

$$\text{Intensidad del Rumor} = \text{Importancia} \times \text{Ambigüedad}$$

Chorus, añadió a esta función multiplicativa un factor más en relación inversa al desarrollo del rumor: el sentido crítico del sujeto, en el que incluía tanto la perspicacia como la dimensión moral y de responsabilidad de éste:

$$\text{Intensidad del Rumor} = (f) \text{ Importancia} \times \text{Ambigüedad} \times \frac{1}{\text{Sentido}}$$

Crítico

Además, el Rumor, como afirma Knapp, es un mensaje destinado a ser creído -por su importancia y conexión de su ambigüedad con la cultura dominante, como veremos más adelante-.

En el Apartado IV.5. de este Capítulo se analizarán más características que afectan a los actores del Rumor e influyen en la transmisión del Rumor.

Lo cierto es que las características de Importancia/Interés y Ambigüedad del mensaje son las que provocan que "tenga que ser contado" de acuerdo con un proceso de transmisión único que se define a continuación.

### ***El Rumor, proceso de comunicación encadenado y exponencial***

El mensaje va a sufrir un característico proceso que sólo se produce en el caso del Rumor: va a ser transmitido de emisor a receptor de forma encadenada, puesto que el receptor buscará otros receptores -distintos al emisor- a los que de forma selectiva contar "algo interesante y ambiguo",

y así sucesivamente, hasta que alguno de esos receptores, por su mayor sentido crítico (Chorus) no lo quiera transmitir. Este peculiar proceso de transmisión queda reflejado matemáticamente por una relación exponencial.

Las demás características relacionadas con el contexto en el que se desenvuelve el rumor, el proceso de comunicación que implica y los efectos que éste produce en la Cultura de las Organizaciones van a ser analizadas en los próximos epígrafes.



#### **IV.4.- CONTEXTO Y SITUACIONES FAVORABLES PARA EL RUMOR EN LAS ORGANIZACIONES**

---

Ya se ha indicado que nuestro objeto de estudio se enmarca en el mismo contexto comunicativo en el que se desenvuelven las Organizaciones humanas. Este entorno queda delimitado por las condiciones que afecten a la vida cotidiana del trabajo, y por los factores exógenos y endógenos propios de la citada Organización.

##### **IV.4.1.- Vida Cotidiana del Trabajo.**

En los momentos actuales (años ´90) el mundo del trabajo está experimentando una verdadera revolución provocada, entre otras razones, por un rapidísimo desarrollo tecnológico de las comunicaciones. Lo que no significa el mismo nivel de desarrollo para nuestro Rumor.

Francoise Piotet realizó a finales de los ´80 (1987) un interesante estudio sobre las principales consecuencias de las nuevas formas de trabajo que afectan tanto al empleo asalariado como al trabajo independiente. Frente al trabajo estable en una empresa situada fuera del domicilio y con una duración determinada, se están produciendo estas nuevas situaciones (Piotet, Francoise, 1987: 203):

<b>TIPOLOGÍA DE EMPLEOS ATÍPICOS</b>		
<b>Lugar de desempeño</b>	<b>Clases de empleos</b>	<b>Naturaleza del contrato</b>
Empresa única	<ul style="list-style-type: none"> <li>-A tiempo parcial (varias formas)</li> <li>-Trabajo fin de semana.</li> <li>-Trabajo por turnos.</li> <li>-Jornada completa reducida.</li> <li>- Teletrabajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De duración determinada.</li> <li>- De duración indefinida.</li> </ul>
Multiplicidad de empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Trabajo temporal.</li> <li>-Trabajo bajo contrato.</li> <li>-Agrupamientos de empleos.</li> <li>-"On call work".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De duración determinada.</li> <li>- Trabajador independiente.</li> </ul>
Trabajo a domicilio	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Trabajo en teleproceso.</li> <li>-Trabajo bajo contrato.</li> <li>-"On call work".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrato de duración indefinida.</li> <li>-Trabajador independiente.</li> </ul>

Como demuestra el cuadro anterior, la Organización trata de flexibilizar cada vez más sus estructuras en función de diversos factores económicos, de productividad, y de acuerdo con las nuevas exigencias espacio-temporales que las ciudades empiezan a sufrir. El enorme desarrollo urbano está provocando el alargamiento de los tiempos de traslado del domicilio al trabajo. La flexibilización del horario y el "teletrabajo" evitan el nerviosismo de los atascos y el cansancio que se suele acumular para la empresa. Sin embargo, la "desconexión" personal y la falta de relación directa entre los trabajadores de una misma organización está provocando problemas de comunicación de identidad y, lo que es peor para nuestra investigación, la eliminación de la mayor parte de procesos de comunicación informal necesaria en todo grupo humano cohesionado. Las consecuencias ya se están produciendo: profesionales cuyo único contacto con la empresa es telefónico y "bancario" -al recibir la nómina-, escasa motivación, escasa vinculación personal y, por tanto, excesiva independencia con respecto a su organización.

De cara al Rumor, estas nuevas formas de relacionarse alejan la posibilidad de reproducir el proceso que hemos definido: al limitarse la comunicación interpersonal oral cara a cara, al reducirse las manifestaciones informales, al interrumpirse -por falta de conocimiento mutuo- la transmisión encadenada y exponencial, este tipo de mensajes quedan minimizados.

Otro investigador interesado por las características del trabajo de hoy es Arnold Kaufman, que considera que el ritmo y flujo de los acontecimientos en nuestro tiempo es cada vez más denso y vertiginoso. Esto influye decisivamente en la forma de vivir la cotidianidad del mundo del trabajo. La organización de responsabilidades, la preparación de las decisiones, la ejecución de

las acciones y su control se ven sometidas a una considerable aceleración. Esta característica de nuestro tiempo está afectando, como afirma Kaufman, al aspecto semántico de los mensajes, puesto que éstos se ven modificados por el sistema de transmisión. El progreso tecnológico modifica también las propias estructuras de actuación del individuo y del grupo en el trabajo. Sin embargo, aclara Juan José Castillo, buena parte de las funciones que permiten ejercitar las nuevas tecnologías, no son utilizadas nunca.

A este respecto Castillo menciona que las principales repercusiones en el trabajo provocadas por las continuas transformaciones tecnológicas que se están produciendo son: el aumento del valor de los trabajadores preparados para utilizarlas; la necesidad de implicar a los trabajadores en el cambio, y la importancia de la buena organización del trabajo (Castillo, Juan José, 1986: 24).

A nuestro modo de ver, la vida cotidiana del trabajo actual implica, en los casos más avanzados, la progresiva sustitución de las relaciones interpersonales por el contacto telemático -que provoca unos niveles de incomunicación altos-, y la continua aceleración del ritmo de trabajo, lo que concede cada vez menos espacio y tiempo a las modalidades "informales" de comunicación de las organizaciones, incluido el Rumor.

Volvamos a la Organización entendida en sentido clásico -que implica desde el punto de vista contextual la existencia de un espacio común compartido por trabajadores que se relacionan y comunican entre sí de forma cotidiana- para poder precisar con mayor riqueza las características que rodean al entorno del Rumor.

Las diversas situaciones que enmarcan al Rumor se producen bien por determinados factores exógenos -cuya influencia proviene del entorno exterior a la Organización-, bien por factores endógenos -propios del funcionamiento interno de ésta-, o bien por los dos.

#### **IV.4.2.- Factores "Exógenos" a la Organización.**

Entre los factores exógenos que pueden afectar a la Organización para la propagación interna de rumores, encontramos multitud de agentes sociales, económicos y políticos que influyen la actividad genérica o específica de la Organización en cuestión.

El mejor ejemplo lo tenemos a diario en el mundo financiero, y especialmente, en el bursátil. De hecho, todos los que forman parte de este mercado inician su jornada a la expectativa de los posibles rumores del día respecto a múltiples factores que afectan al mundo, al país o a la localidad concreta donde la entidad desarrolla su actividad. Otros buenos ejemplos los encontramos en el mercado de la energía, y, en especial en el del petróleo, que a su vez, trastoca al mercado financiero mundial y éste a multitud de organizaciones de orden social, económico y político. Además, la capacidad de los medios de comunicación de masas para almacenar, repetir y transmitir la información a grandes distancias y a amplísimas audiencias ayudará a multiplicar la inquietud de los miembros de una organización determinada si un rumor producido en su seno pasa a la esfera pública y al revés.

El estudio de estos factores y de su casuística es tan amplio que nos desviaría del tema central de la Tesis. Preferimos citarlos genéricamente en esta investigación y abrir nuevas líneas de estudio en el futuro sobre ellos.

#### **IV.4.3.- Factores "Endógenos" a la Organización.**

Kapferer, uno de los pocos autores que aborda el funcionamiento del rumor en la vida profesional, afirma que toda organización social lleva consigo unos conflictos producto de la estructura interna y de las relaciones de poder que la rigen, por lo que **la aparición de rumores se hace inevitable.**

"La empresa es un lugar privilegiado para el secreto, lo cual no hace más que aumentar el número de rumores... En un espacio social de tensiones, en pleno conflicto de intereses, en la pérdida de capacidad para controlar el futuro, el trabajador experimenta un sentimiento de desequilibrio y proporciona un objeto preciso donde polarizar sus atenciones" (Kapferer, J-N, 1989: 189).

Este investigador apunta que **lo que realmente nos resulta indicativo es el número y el contenido de los rumores** que se produzcan, que constituirán un **verdadero barómetro** del ambiente de esa organización. En este sentido, para este autor, el rumor se convierte en un instrumento de contrapoder, útil para "movilizar la resistencia". Sin embargo, tratando de analizar las causas de su formación llega a la conclusión de que las organizaciones, si bien controlan sus comunicaciones con el exterior, están desprovistas en gran medida de instrumentos de comunicación interna. Esta laguna se ve "abordada" por la proliferación de rumores, que debe ser tratada, según Kapferer, con esta filosofía:

"La tarea del Director de Comunicación interna o de Relaciones Humanas no es acabar con los rumores, sino evitar las situaciones que puedan dar lugar a ellos" (Kapferer, J-N., 1989: 193).

De esta forma, **Kapferer sitúa en el plano del contexto la mayor capacidad de actuación respecto al Rumor, distinguiendo las siguientes situaciones favorables para el desarrollo del rumor: confusión, crisis, desconfianza y desigualdad.** Para llegar a ellas la Organización puede experimentar, como afirma Kapferer:

- > Condiciones de "infrainformación".
- > Condiciones de "desinformación".
- > Condiciones de "sobreinformación".
- > Todo lo que trastorna el orden establecido y afecta al individuo de forma especial.
- > Información que afecta al grupo al que pertenezca el individuo.
- > Los movimientos de las personas que representen símbolos públicos desde las diferentes áreas de actividad: políticos, artistas, deportistas...
- > La transmisión de hechos que se ve influenciada por prejuicios del testigo y por errores que se producen por el movimiento o la brevedad del tiempo de producción de la información.

Nos vamos a detener en los tres primeros y en el último. En nuestra opinión las tres primeras condiciones son causadas por:

a) Factores que propician la "infrainformación" o nivel escaso de información en la organización:

-> Directivos y mandos intermedios con baja preparación para la dirección y la comunicación, que provoca la escasa o nula utilización de las diversas técnicas de comunicación interna, de una forma programada y constante.

-> Directivos y personal con niveles de información limitados, bien sea porque se producen filtros en la organización, bien por su falta de interés por estar informados, o bien por ambas razones.

-> Personal poco informado por no circular adecuadamente la información vertical, horizontal y diagonal.

-> Disparidad de criterios entre los miembros de la Organización.

-> La excesiva independencia de sus áreas funcionales o geográficas, lo que convierte a cada división en verdaderos "reinos de Taifas".

-> Rivalidad entre las citadas áreas.

-> Al aumentar la estructura de la Organización:

- Si aumenta y se distancian los distintos niveles jerárquicos, se complica la comunicación ascendente y descendente.

- Al aumentar la burocracia descende la capacidad organizativa y de acción.



b) Factores que favorecen la "desinformación" o propagación de informaciones falsas que crean confusión: para Rolan Jacquard pueden encontrarse:

-> En la fuente del mensaje -por ejemplo, el número de manifestantes como indicador de éxito o fracaso de una concentración pública-. Si en la organización se manejan datos falsos o confusos, se producirá la inestabilidad típica que favorecerá la especulación sobre el futuro y la difusión de rumores.

-> En el propio mensaje: si se transmiten mensajes contradictorios el efecto inmediato es la confusión e inestabilidad.

-> En los medios de comunicación -Jacquard los considera continuos transmisores de desinformación-. En el caso de los medios internos de comunicación que maneja la Organización -boletines internos, circulares...-, si no se produce la necesaria coordinación y coherencia, incluso en su forma de transmitirse, de nuevo se producirá entre los públicos internos desconcierto y confusión.

-> En el destinatario -cuyo sentido crítico es inversamente proporcional al grado de preparación que tenga-. Esta situación se produce cuando el destinatario o receptor del mensaje lo decodifica de acuerdo con sus propias pautas -o prejuicios- no coincidentes con las del emisor.

c) Factores que provocan "sobreinformación" o niveles excesivos y contradictorios de información en una organización:

-> Dirección y mandos intermedios que "abruma" al personal con comunicaciones formales excesivas y contradictorias en sí mismas.

-> Organización caracterizada por una red de comunicaciones informales paralela a la comunicación formal y que actúa contradiciendo a ésta.

-> Exceso de comunicaciones informales -incluso sustitución de las formales por las informales- provocado por la falta de actividad y situaciones prolongadas de tedio y relajación en la organización (esto sucede con gran frecuencia en la esfera de la Administración y las empresas públicas, si la dirección no ha definido con precisión las tareas ni dedicación de los funcionarios y éstos se encuentran ociosos).

-> En los procesos de cambio organizacional, si conviven los sistemas de comunicación formal e informal previo y posterior.

Siguiendo a Kapferer, otro factor que desencadena en el seno de la Organización la situación propicia para el desarrollo del Rumor es **el Prejuicio**. Del estudio que realizó Allport sobre éste queremos recordar algunas de sus conclusiones por ser esclarecedoras a la hora de conformar el contexto del rumor. El investigador considera al

prejuicio como una actitud favorable o desfavorable con respecto a una persona o cosa, que es anterior a una experiencia real o no.

La creación del prejuicio, que es cotidiana, tiene la siguiente secuencia. De una actitud favorable o desfavorable, que está vinculada a una creencia excesivamente generalizada, se pasa a la categorización y generalización tanto del significado como de nuestro sentimiento hacia lo percibido. En este proceso, la víctima del prejuicio sufre las siguientes características:

- Negación del carácter de "miembro" del grupo.
- Pasividad, alejamiento o incluso servilismo.
- Refuerzo de la asociación entre víctimas.

De hecho, como añade Allport en una acertada reflexión, lo que la gente piensa de nosotros determinará en cierto modo lo que somos.

Estas categorías son tan resistentes al cambio que si alguna vez un prejuicio choca con evidencias en contra se produce la admisión de excepciones. Las categorías más importantes son los propios valores. En la actuación sobre el prejuicio es más efectivo cambiar las actitudes del grupo que las individuales. En este sentido, cabe recordar que un prejuicio se produce siempre en el seno de un grupo frente a otro ajeno a él pero los dos pueden estar conviviendo en una misma organización. El grupo al que se vincula el individuo como parte o al cual aspira a vincularse psicológicamente, se le denomina "Endogrupo" -nosotros-. En él se forman las actitudes prejuiciosas frente a los "Exogrupos", que es el "ellos".

Entre las conductas posibles de rechazo de exogrupos se encuentra el rechazo verbal, que incluye tres procesos psicológicos:

- > La introducción del prejuicio en la conversación.
- > El menosprecio del "exogrupo".
- > El reflejo de las actitudes de su clase.

Veamos ahora si los factores socioculturales que Allport establece para configurar una personalidad prejuiciosa ayudan a configurar el contexto del rumor (algunas ya han sido citadas anteriormente):

- > Heterogeneidad de la estructura social. Esta característica favorece la diversidad de intereses y, por tanto, puede provocarse con mayor facilidad el conflicto.
- > Movilidad vertical. En esta situación el rumor funciona como una forma de comunicación que ayuda al aspirante ante sus superiores a ganar credibilidad y confianza sólo por el hecho de hacerle partícipe de un "mensaje supuestamente secreto". Este tipo de movilidad en el seno de una organización provoca incentivos para unos -el rumor ayuda a conseguirlos- y alarma para los de mayor estatus.
- > Cambio social y crisis. Los estudiosos del rumor coinciden en considerar estas situaciones buenos momentos para la transmisión de rumores.
- > Ignorancia y barreras contra la comunicación fluida. La primera característica crea en el individuo mayor credulidad ante un rumor. En cuanto a los frenos al desarrollo de la

comunicación, también hay coincidencia en considerarlos favorecedores de la comunicación informal dentro de la cual suele aparecer el rumor.

-> Aumento del tamaño de un grupo minoritario. Las suspicacias que crea la "intromisión" de ciertos individuos en un ámbito pequeño y cerrado favorece la transmisión del rumor entre los integrantes antiguos.

-> Existencia de competencia directa y amenazas. En cuanto al primer caso, la competencia exige la existencia de "enemigos" que conviene desacreditar si el tono de sus comunicaciones son amenazantes. El rumor ayuda en este caso a que cada uno se reafirme en su postura.

En el terreno de la sociología Tamotsu Shibutani establece como condiciones básicas para la aparición del rumor **las situaciones en las que la demanda de información excede a la oferta de las autoridades: situaciones de censura, crisis, incertidumbre y amenaza.**

Francisco Umbral, parafraseando a Pániker, realizó una reflexión sobre la democracia española muy válida para este capítulo: "a medida que se pierde transparencia, el rumor va ganando influencia".

Michel Louis Rouquette también apunta a la escasez de información oficial como condicionante para la proliferación de rumores. Sin embargo, también hay que tener en cuenta que el Rumor puede preceder al acontecimiento, por lo que éste no está tan ligado como parece a la existencia o no de informaciones no oficiales.

Este investigador francés establece que la red de relaciones sociales características en un contexto favorable para el rumor queda definido por las **relaciones existentes entre los diferentes grupos en ese momento concreto, la estructura interna del grupo formal y la estructura efectiva e informal, y las actitudes características previas del grupo en relación con el tema del rumor.**

También nos es útil el concepto de **"Imaginario Colectivo"** propuesto por la teoría del Discurso de P. Ansart -que cita Gérard Imbert-. Los conflictos entre la estructura interna y las relaciones de poder se producen en el seno del imaginario colectivo, o lo que es lo mismo, ante el conjunto de evidencias implícitas a través de las cuales se reproduce la sociedad, se designa al propio grupo, se distribuyen las identidades y roles, y se expresan las necesidades colectivas y los fines que hay que alcanzar.

Otra noción que nos acerca al contexto del Rumor es la de **Incomunicación**, o comunicación parcial o distorsionada. Carlos Castilla del Pino nos explica una de las mayores paradojas de nuestro siglo: frente a la inimaginable cobertura de los medios de comunicación de masas se está produciendo el mayor nivel de incomunicación entre los individuos. Esto se produce por el desfase que hay entre las exigencias de comunicación y las posibilidades existentes de verificación de la información. Además, cada estructura social permite de forma implícita hablar de determinadas cosas y no permite hablar de otras muchas.

En un contexto competitivo la conducta característica de un individuo que sufre incomunicación es la conducta anómica, caracterizada por la disociación entre las aspiraciones manifiestas y

las latentes. Esto le lleva a conseguir los objetos a través de la competitividad y por ello se considera único y más que los demás. El que no consiga éstos sufre la frustración del fracaso y adquiere la falsa conciencia de ser menos que el otro. En esta situación la incomunicación se adueña de su relación.

Tenemos al menos dos limitaciones del lenguaje que causan el sobreentendimiento:

- > Pensar sobre parte de lo vivenciado.
- > Hablar sobre lo que es posible decir.

Este sobreentendimiento puede convertirse en un malentendido ya que la interpretación se basa en una superposición de nuestro prejuicio sobre lo que el otro nos dice y se sobreentiende.

Castilla del Pino distingue dos niveles de incomunicación:

- > Aquel en el que la realidad apprehendida no es valorada.
- > Aquel en el que mediante un mecanismo disvalorativo o un prejuicio negativo, no se "ve" alguna parte de la realidad.

Las posibilidades de Incomunicación son dos:

- > La Prejudicativa: en la que se rechaza la realidad entera para no implicarse en la responsabilidad de tener que contar con una realidad poco gratificante.
- > La Judicativa: una vez apprehendida la realidad se emite un juicio de valor. Si éste es negativo la realidad no se acepta y se rechaza con justificaciones parciales.

Y entre los efectos de la Incomunicación, el mismo investigador menciona el aburrimiento (con su consiguiente actitud de pasividad que impide la comunicación), la rutina (homogeneización proyectada sobre los objetos de la realidad), el pudor, el aislamiento virtual y la extrañación de sí mismo.

Por último, José M<sup>a</sup> Hermida Lloret resalta también la importancia del contexto comunicativo del Rumor y propone el concepto de **"Mecanismos convertidores" que transforman los puntos de información veraces en verosímiles. Estos mecanismos actúan como apoyaturas lógicas para la interpretación de hechos inconexos y forman parte del conjunto de creencias asumidas de forma global por la cultura dominante.**



#### IV.5.- EL PROCESO COMUNICATIVO DEL RUMOR EN LAS ORGANIZACIONES

---

**Toda Comunicación puede considerarse un proceso** debido a que está en movimiento, es dinámica e implica sucesivas etapas protagonizadas por distintos agentes, a su vez influídos por muy distintas variables.

El **modelo del proceso comunicativo** a partir del cual vamos a estudiar el Rumor es el que **Harold D. Laswell** propuso y se esquematiza con la sentencia:

**"Quien dice qué, por qué canal, a quién y con qué efectos".**

##### ***Procesos básicos previos a la comunicación del rumor***

Kapferer afirma que "los rumores dependen más de la manera en que los hechos son percibidos que de los propios hechos" (Kapferer, J-N., 1989: 37).

Barlett, en su estudio del testimonio, define los siguientes pasos psicológicos que son aplicables también al proceso de comunicación del rumor: **percibir, recordar e informar**. Estos procesos psicológicos están relacionados unos con otros, de forma que la percepción está determinada por la memoria inicial, los recuerdos se modifican subjetivamente una vez terminada la percepción, y la información está supeditada al lenguaje adquirido y al recuerdo subjetivo.

Whipple añade a los pasos de Bartlett la retención, como proceso anterior al recuerdo, y los factores subjetivos que confirman la opinión, que es la expresión verbalizada de las creencias y actitudes de los individuos que interactúan.

José Luis Pinillos llega incluso a afirmar que por influencia de la personalidad del individuo, la percepción es un proceso constructivo de la realidad. Como ejemplo, nos recuerda el hecho de que la presión social de un grupo puede distorsionar la percepción de una realidad física obvia.

Para describir mejor el proceso de transmisión del rumor recordamos a continuación los pasos que José Angel Giménez Alvira distingue en toda comprensión de un mensaje verbal:

- Lo que se oye.
- Lo que se escucha.
- Lo que se entiende.
- Lo que se "lee entre líneas".
- Lo que se cree entender.
- Lo que se añade para entender mejor.
- Lo que se duda del mensaje.
- Lo que se cambia en él.
- Lo que se quiere decir.
- Lo que realmente se dice.

Lo que ocurre **antes del penúltimo paso** y de éste al último queda explicado por Guillermo Stern al analizar los factores capaces de afectar la información imparcial de un testigo ocular:

- > La percepción, que es tamizada por la cosmovisión del individuo, omite detalles.

- > Se retiene lo más interesante, olvidando lo demás.
- > En el relato escoge lo que más destaca en su memoria.
- > Ante preguntas sobre detalles poco concordantes se deja influir.
- > Mezcla en el relato escenas de otras vivencias.
- > Reinterpreta los aspectos poco familiares o los exagera.
- > En la verbalización del recuerdo influyen tanto la riqueza del vocabulario como la inteligencia y los hábitos de expresión oral.

Kapferer va más allá que el mero hecho de informar. El rumor, según afirma, es un **proceso de comunicación persuasiva**, como se aclara en el apartado que a continuación dedicaremos al "Receptor", porque **es una información que deseamos creer**. Este deseo es tan poderoso que llega a desplazar cualquier argumento lógico. En esta dimensión persuasiva Alejandro Pizarroso Quintero resalta una característica que nos parece de gran importancia: **la complicidad necesaria entre el que emite el mensaje y el que es persuadido**. Esta complicidad se establece antes de que el propio rumor se transmita.

**Francisco Carrera Villar**, Psicólogo Social español especializado en el estudio de la comunicación persuasiva nos explicó con magnífica claridad que toda conducta viene determinada por:

- > Factores psicológicos individuales -cognición, percepción, aprendizaje, personalidad, motivación (según la Psicología general) y actitudes (según la Psicología social)-

-> Factores sociales.

-> Factores socioculturales.

De todos ellos, la **Motivación y las Actitudes** son las que más nos interesan. En la **Motivación** se pueden distinguir dos formas posibles:

-> El Estado Transitorio de motivación.

-> La Disposición Motivacional Permanente, que es la que nos permitirá hacer predicciones y controlar conductas. Ésta se puede clasificar en:

- \* Disposición Motivacional Permanente fundamentalmente heredada.
- \* Disposición Motivacional Permanente fundamentalmente adquirida.

Respeto a las **Actitudes**, Carrera Villar cita un **Modelo Actitudinal** de Investigación de la Comunicación Persuasiva de Masas que identifica con la **relación multiplicativa de Expectativa x Valor**.

El **Modelo Secuencial de los Efectos** será el que nos defina con mayor claridad la secuencia necesaria para producir una conducta:

-> Imagen-> Actitud-> Intención -> Conducta

De esta manera, Carrera Villar nos define la **Comunicación Persuasiva como toda comunicación en la que la fuente intenta cambiar -que significa en toda su amplitud generar, reforzar las ya existentes y convertir- creencias, actitudes y conductas de sus receptores. Por**

tanto, para persuadir habrá que:

- > **Modificar las creencias (expectativas).**
- > **Modificar las evaluaciones.**
- > **Modificar las dos anteriores atribuyendo una nueva característica o creencia y valorándola positivamente.**

#### **IV.5.1.- La Fuente del Rumor**

**El Rumor** se distingue de otras formas de comunicación por **estar destinada**, como afirma Robert Knapp, **a ser creída**. La explicación la encontramos en la tesis de Musitu de considerar al rumor fiable siempre que sus contenidos coincidan con las actitudes preexistentes, y eso suele suceder. Además, el hecho de que el rumor se difunda sin verificación oficial **pero se atribuya a una fuente autorizada**, le confiere el "prestigio" necesario para resultar, no sólo un mensaje creído, sino también atractivo para ser transmitido.

*Kapferer define "fuente oficial" como el resultado de un consenso que establece aquel que tenga la autoridad en determinado aspecto o tema. En el caso del Rumor la fuente inicial suele ser desconocida pero fiable -"Se dice que..." , "Dicen...", "Fuentes carcanas a ... dicen que..."- y con la suficiente credibilidad para darlo por cierto.*

Conforme el Rumor va transmitiéndose en la Organización, las fuentes del Rumor pasan a ser los sucesivos emisores del Rumor - cada uno aporta algo personal al mensaje-, que, como suele ocurrir, son personas bien informadas en general y suficientemente válidas para que el receptor confiera al mensaje transmitido todo el valor de lo "transmisible", lo creíble y lo real.

#### **IV.5.2.- Los Actores del Rumor.**

Como en todo proceso comunicativo, los actores del Rumor son el Emisor del mensaje y el Receptor del mismo. Debemos tener en cuenta que el proceso de transmisión específico del Rumor, que será tratado en el apartado IV.5.4. de este Capítulo, convierte a cada receptor en inmediato emisor del núcleo central de ese mensaje. Puesto que en el caso del Rumor el papel de los actores se intercambia de una forma inmediata, cabría suponer que existen ciertas características o papeles comunes en ambos.

Kapferer, al considerar al Rumor como una obra colectiva, producto de la participación de cada individuo, distinguió una serie de papeles que están repartidos entre los actores de éste (Kapferer, J-N., 1989: 100-102):

- > El "instigador", que se ve amenazado.
- > El "intérprete", que propone explicaciones coherentes y convincentes.
- > El "líder de opinión" o "gate-keeper según K.Lewin", que de su juicio depende la penetración del rumor en su grupo de liderazgo.
- > Los "apóstoles", que después de identificarse plenamente con el rumor, intentarán convencer a la comunidad.
- > El "recuperador", que está interesado en que el Rumor "prenda".

- > El "oportunista", que es una versión moderada del anterior.
- > El "Galán", que no se lo cree, pero juega y provoca con el rumor.
- > Los "transmisores pasivos", que dudan pero transmiten el rumor.
- > Los "resistentes", que están a la cabeza de la réplica y constituyen los protagonistas del "anti-rumor".
- > El "verificador" (Kapferer, J-N., 1989: 108): "De todos los papeles que podemos identificar en un rumor, el sujeto menos frecuente es el "verificador".

A continuación se presentan las principales características de cada uno de estos actores del Rumor:

#### **IV.5.2.1.- El Emisor del Rumor.**

El estudio de las variables que influyen en el Emisor de cualquier comunicación es tan amplio que nos obliga, para no desviarnos de nuestro objeto de estudio, a seleccionar aquellas que consideramos más definitorias y características en la emisión del Rumor.

Tampoco vamos a analizar en este apartado las relaciones que el emisor establece con el receptor y el propio proceso de transmisión puesto que serán tratadas en la sección IV.5.4.

En primer lugar, al considerar la emisión de un Rumor como un **mecanismo persuasivo** -Jean Noel Kapferer prefiere hablar de "**seductivo**" (Kapferer, J-N., 1989: 85)- que tiene la característica de **satisfacer determinados deseos del emisor con su transmisión**, debemos analizar qué beneficios psicológicos persigue éste con ella. Kapferer, a este respecto, considera que el emisor se adueña de la "noticia" y la utiliza como argumento para:

- > Demostrar su capacidad indagatoria.
- > Convencer de algo a otros.
- > Librarse de algo o alguien.
- > Agradar, unirse o reforzar su vínculo a un grupo.
- > Hablar por hablar.

Una muestra clara de que el emisor pretende convencer a su receptor de que lo que le está "contando es cierto e interesante" es la sucesiva adición de detalles y explicaciones al margen -con efecto bola de nieve- en las que se proyectan los propios intereses del individuo emisor.

Respecto a **los deseos del hombre**, José Luis Pinillos opina que tienen una naturaleza jerárquica y un carácter creador. Pero el hombre, que es insaciable, encuentra una serie de barreras físicas, morales o psicológicas, que se pueden clasificar en:

- > Obstáculos, tanto físicos como morales o psicológicos.
- > Deficiencias.
- > Conflictos provocados por motivos incompatibles.



Estas barreras producen **frustración** en el individuo y Pinillos define a ésta como el estado emocional caracterizado por una desorganización del comportamiento que se manifiesta de *muy diversas maneras*: la confusión, la inquietud, la desazón, la agresividad, la vergüenza, etc... **Esta frustración impulsa, en muchos casos, la emisión de rumores con el fin de equilibrar este sentimiento de desorganización frente a los demás.** De los tres tipos de factores mencionados, las deficiencias, que son carencias que al sujeto le son supuestamente debidas, pueden provocar una frustración crónica si los niveles de aspiración respecto a las propias capacidades son excesivamente altos.

**La evolución de los intereses vitales en función de las edades del hombre** estudiada por Marta Moers también nos ayuda a entender algunos comportamientos del individuo que favorecen la transmisión de rumores. Las tendencias *autoafirmativas van creciendo en el individuo hasta aproximadamente los 45 años*, momento en el que descienden bruscamente. Los intereses materiales son importantes hasta los 60 años y los intereses espirituales, que aumentan hacia los 30, descienden y vuelven a aumentar alrededor de los 65 años.

A la vista de estas escalas, la edad laboral de los individuos coincide con tendencias autoafirmativas e interés por lo material. En el momento en que surjan conflictos entre estos intereses vitales, se producirán las habituales luchas por el éxito, con las consiguientes consecuencias favorables para unos, pero frustrantes para otros.

En el estudio del **Prejuicio** realizado por Allport, se citaban las siguientes variables relacionadas con la **personalidad del individuo que experimenta el contacto**:

- \* Nivel inicial alto o bajo de su prejuicio. Cuanto mayor sea el prejuicio inicial de un individuo hacia un objeto o persona, mayor carga afectiva pondrá en la transmisión de un determinado rumor.

- \* Prejuicio superficial, conformista o enraizado. Cuanto más enraizado sea dicho prejuicio, mayor carga emocional liberará con el rumor.

- \* Con seguridad en sí mismo o con temor. El temor hacia algo o alguien crea en el individuo agresividad, que puede verse canalizada verbalmente a través del rumor.

- \* Experiencia previa o fuera de sus actuales estereotipos. La experiencia que un individuo tiene antes de producirse el rumor influirá en su recuerdo, en su percepción de la realidad y en la transmisión del mensaje. Cuando una situación provoca extrañeza, el rumor puede ayudar a darle una explicación o interpretación acorde con sus estereotipos.

- \* Edad y nivel de educación general del individuo. La edad influye en la inocencia y espontaneidad del individuo. La educación permite racionalizar e interpretar mejor los mensajes que recibimos. En este sentido, cuanto mayor sea el sujeto y mayor sea su nivel de

educación, menos posibilidades tendrá un mensaje de ser ambiguo, como lo es el rumor.

#### **IV.5.2.2.- El Receptor del Rumor.**

El actor del Rumor que ha sido seleccionado por el emisor para recibir el mensaje coincide siempre con sus intereses y su forma de percibir la realidad. Nadie transmitiría un rumor a alguien que sabe que no va a dar crédito a sus palabras porque sus criterios son distintos.

El propio contenido de mensaje y la forma en la que el Emisor va a transmitírselo -de forma personal e íntima, normalmente- convierten al Receptor del Rumor en un "cómplice" de un "secreto" que tiene su valor y, por ello, este receptor sentirá el deseo de transmitir su "tesoro" a otro receptor o receptores -siempre muy bien seleccionados- que comparta/n los mismos intereses que él, al menos en el tema central del Rumor.

Allport y Postman expresaban esta cualidad del receptor del Rumor con la sentencia "el público del rumor lo forma la **comunidad de intereses**". En este sentido, W. Peterson y N. Gist -que tratan de rebatir a Allport y Postman el Esquema de la Deformación- sostienen que cuando un rumor se expande, las opiniones y actitudes de los receptores se reorganizan. Antes de su aparición, ese público ha estado unido por unos intereses y la discusión y confrontación de éstos ha producido los estrechos vínculos de relación necesarios para su transmisión.

Una característica del receptor que deberíamos tener en cuenta para la transmisión del Rumor es su **sentido crítico**. La relación que estableció Chorus entre este sentido crítico y la intensidad del Rumor (definida por Allport y Postman como función multiplicativa de la Importancia y la Ambigüedad del mensaje) era inversamente proporcional a los demás factores. En nuestra opinión, el sentido crítico del receptor queda previamente anulado desde el momento en que el propio **emisor va seleccionando dentro de la Organización quién puede recibir el Rumor sin "riesgo" de que no le crean.**

#### **IV.5.3.- El Mensaje.**

Como hemos afirmado en el apartado IV.5.1., **el mensaje de un Rumor siempre es interesante, ambiguo y está destinado a ser creído.**

##### ***Mensaje interesante***

El contenido del mensaje del Rumor tiene que ser interesante para que se transmita como tal. Pero ¿interesante para quién?.

La respuesta la encontramos en el apartado anterior dedicado a los actores del Rumor: el mensaje debe ser interesante tanto para el propio emisor como para el receptor inicial de éste y los sucesivos receptores de la transmisión de éste.

Desde este punto de vista resulta prácticamente imposible

abordar aquí todos los posibles contenidos de interés para unos posibles emisores y receptores del Rumor. Sin embargo, a través del estudio que nos precede respecto a este tema y de la propia reflexión sobre éste podemos apuntar ciertas claves para entender mejor el problema de la "importancia del mensaje" en el Rumor.

En primer lugar, parece lógico afirmar que podremos considerar interesante a **todo aquello que afecte al grupo al que pertenecen emisores y receptores del Rumor, sea el aspecto que sea**. La importancia cobrará más intensidad si la forma de afectar al grupo es **negativa**. También resulta evidente que será **más interesante lo que resulte sorprendente frente a lo que resulte habitual y cotidiano: acontecimientos, acciones no previstas de personajes rechazados...**

A continuación se muestra el análisis que realizó **Kapferer** para demostrar el valor informativo (grado de interés por transmitirse) de lo sorprendente y negativo (Kapferer, J-N., 1989: 137):

PERSONA	REALIZ.ACTO	REACCIÓN PROBABLE	TIPO DE INFORM.
Querida(+)	positivo(+)	¿Y a mi qué?	Sin valor informativo.
Querida(+)	negativo(-)	¿Cómo es posible?	<b>Gran sorpresa: lo que mejor se recuerda</b>
Detestada(+)	positivo(+)	Esto es sospechoso	Tendencia a pasar a negativo o a positivo
Detestada(+)	negativo(-)	¡Ya le había prevenido!	<b>NOTICIA</b>

Lo negativo aumenta necesariamente el valor informativo del mensaje y sus probabilidades de ser difundido.

Como el Rumor va sufriendo un proceso de transmisión exponencial, **los nuevos emisores del mensaje -previamente receptores del mismo- deben asegurar su alto grado de importancia.** De hecho, con la transmisión va aumentando el poder de convicción del rumor, ya que cada interlocutor va añadiendo detalles y completando con coherencia el mensaje inicial. Esto es debido, como se ha precisado antes, a que el receptor desea creer en él porque así refuerza su pertenencia a su grupo social con el que comparte opiniones, actitudes y valores.

Si nos detenemos en el **proceso de transmisión del Rumor y cómo influye éste en el mensaje** debemos recordar el ya comentado **Esquema de la Deformación -Nivelación, Acentuación y Asimilación-** del mismo. Michel Louis Rouquette afirma que esta distorsión del contenido del mensaje ocurre en todo intercambio de información.

Respecto al contenido del mensaje, este investigador defiende también la **inclinación negativa** del rumor, ya que el sujeto y el predicado que componen su estructura formal tienden al equilibrio óptimo de su especificación, al mismo tiempo que buscan el interés por comunicarse. De hecho, si se produce entre ambos una situación de equilibrio -un buen sujeto realiza una buena acción o viceversa- no tiene ningún interés informativo, porque no aporta novedad. En cambio, si se produce una situación de desequilibrio -un buen sujeto realiza una mala acción o viceversa- ésta tenderá a equilibrarse buscando el mismo signo entre sujeto y predicado: de las cuatro

formas posibles hacia el equilibrio, sólo las que conservan el contenido negativo tienen interés en comunicarse.

Kapferer, a este respecto, concede un valor gratificante a "lo negro", entre otras cosas, porque si para los demás la situación es peor, tendemos a sentirnos más satisfechos con nuestra situación.

**Otro componente de "lo interesante" proviene, sin lugar a dudas, del valor de "lo secreto" -como bien escaso que es-. De hecho, gran parte de los rumores se transmiten en tono cuchicheante, lo que confiere al mismo mensaje la importancia del secreto. Roland Jacquard analiza el Secreto, pero en el marco de su estudio de la Desinformación. Este tipo de mensaje, que se protege o desvela según convenga en el mecanismo de la desinformación, significa etimológicamente "separar". De hecho, con un secreto se consigue separar a los que lo conocen de los que no deben saberlo, admitiendo que uno de los fines del secreto es la voluntad de desestabilizar, al dejar fuera de él a ciertos individuos, muchas veces importantes en la Organización Formal.**

Nuestro objeto de estudio que se centra en el contexto de la Organización y el mundo del trabajo, nos puede ayudar a delimitar posibles contenidos del Rumor que, sin ánimo de agotar la lista, resultarán de interés para los actores del Rumor:

-> **Asuntos socio-laborales:** condiciones contractuales, sueldo, normativa laboral, sistema de promoción interna, servicios médicos, otras prestaciones sociales, mutualidad, montepío, asuntos sindicales, despidos.

-> **Asuntos técnicos:** formación, funciones, valoración

profesional.

-> Organización de la empresa: organigrama, funciones, nombramientos, cambios en la organización, destituciones, objetivos a corto, medio y largo plazo generales y por áreas.

-> Sentimientos personales respecto al resto de los miembros de la organización con los que se relaciona.

### ***Mensaje ambiguo***

El mensaje del Rumor resulta atractivo, entre otras razones, por su carácter ambiguo, lo que obliga al receptor a reducir y a completar su sentido. Kapferer afirma al respecto que "Mientras más compleja y ambigua sea la información en sus comienzos, más larga será su evolución, debido a que ésta no es sino la expresión de la búsqueda de un sentido, la depuración de toda ambigüedad... Por el contrario, un mensaje breve y coherente tiene menos probabilidades de evolucionar...La forma extrema de la no variación es el refrán. La fidelidad del contenido depende fundamentalmente de la implicación del público en el mensaje, la cual puede tener un carácter racional o afectivo. Si es racional: es importante el contenido del mensaje, pero no se identifican el mensaje y el transmisor. Si es afectivo, el público se siente emocionalmente implicado por el rumor. Los controles racionales se aflojan: el rumor deja de moverse en el terreno de la realidad y pasa al plano de lo fantasmal, de la especulación y de lo imaginario" (Kapferer, J-N., 1989: 147).



León Festinger, a partir de la Teoría de la Consistencia Cognitiva, añadió que cuando las relaciones entre cogniciones - unidades de información que incluyen creencias, actitudes, opiniones y respuestas afectivas de agrado o desagrado- son percibidas como inconsistentes, el individuo inicia procesos mentales o cambios de conducta encaminada a reducirla.

La Teoría de la Disonancia Cognitiva considera que no sólo las actitudes guían al comportamiento, sino que el comportamiento también guía a las actitudes.

Además, una interesante aportación a nuestro estudio es el hecho de que una persona que experimenta disonancia puede reducirla disminuyendo el número de condiciones disonantes o su importancia. La implicación más importante en los procesos de comunicación de esta Teoría es la demostración de que en la exposición de un punto de vista discrepante, cuanto menos buenas sean las razones para hacerlo, mayor será la disociación y el cambio positivo consecuente hacia la posición discrepante.

En este caso tampoco podemos olvidar la aportación que la Teoría del Discurso nos proporciona respecto al contenido "implícito" del rumor en el marco de la definición del "Imaginario Colectivo" ya tratado en el anterior capítulo. Adoptamos el criterio de D. Ducrot, que tiene en cuenta dos dimensiones de "lo implícito": lo sobreentendido y la insinuación.

Mediante las citadas dimensiones, se nos permite decir algo sin aceptar si quiera la responsabilidad de haberlo dicho, con la consiguiente ventaja de beneficiarse a la vez tanto de la "eficacia de la palabra como de la inocencia del silencio", en palabras de D.

Ducrot.

Lo ambiguo también implica una relación dialéctica de sentidos. Precisamente los lingüistas George Lakoff y Mark Johnson estudiaron el mensaje con una aproximación muy peculiar y atractiva: la consideración de que la vida cotidiana tiene un contenido metafórico que impregna nuestra visión del mundo con un funcionamiento dialéctico. La experiencia y los campos metafóricos del lenguaje se generan y modifican en un proceso dialéctico hasta que los valores más fundamentales de esa cultura sean coherentes con la estructura metafórica existente. Muchas de estas metáforas provienen del latín y causan numerosos contenidos peyorativos heredados.

### ***Mensaje destinado a ser creído***

Para Shibutani la evolución del contenido del rumor no se explica por las distorsiones de la memoria sino a partir de los comentarios que se van añadiendo a lo largo del proceso de transmisión del rumor. Para nosotros, esos detalles y comentarios añadidos son la muestra clara de que cada emisor tratará de parecer creíble y para ello necesita enfatizar ciertos aspectos del mensaje.

Kapferer añade al respecto (Kapferer, J-N., 1989: 144): "Dado que no cuenta con el soporte de la imagen, el rumor debe impresionar al interlocutor "amplificando los detalles".... El personaje se reduce a unos trazos muy marcados. Esta intensificación refuerza la visión maniquea del rumor".

Además, en este empeño por ser creído, el contenido del Rumor va actualizando sus datos para conferirle, como afirma Kapferer, una "eterna juventud" (Kapferer, J-N., 1989: 146) y va sustituyendo los significantes en función de quién sea el receptor del mensaje.

#### **IV.5.4.- El Proceso de Transmisión del Rumor.**

Entre las características principales del Rumor frente a otras formas de comunicación de las Organizaciones, mencionadas en el apartado IV.3., tienen especial incidencia en el proceso de transmisión las siguientes:

##### ***Comunicación Interpersonal***

El contacto entre los actores del Rumor se produce cara a cara, en persona y de forma directa. Esta interacción comunicativa, que está constituida por sucesivos contactos, se rige por un determinado funcionamiento en relación con el tipo de contacto, su frecuencia, su espacio..., determinadas variables de los sujetos que interactúan, etc...

A continuación se exponen las variables que, si bien nos ayudan en el estudio del Rumor, en realidad fueron aportadas por G.W.Allport al profundizar sobre el Prejuicio. Mantendremos su clasificación pero la aplicaremos a nuestro objeto de estudio ya que nos permite ir delimitando las diferentes situaciones que favorecen el Rumor:

-> Aspectos cualitativos del contacto:

\* *Frecuencia:* normalmente la frecuencia de contactos entre los individuos que se transmiten un rumor es alta, tanto de forma previa a la aparición del rumor como en su propio proceso de transmisión.

\* *Duración:* sin embargo, la duración del contacto suele ser corta, aunque un rumor puede ser transmitido en el curso de un contacto de mayor duración. Esta variable tiene relación con la extensión del mensaje del Rumor, que suele ser breve.

\* *Número de personas involucradas:* en el caso de nuestro objeto de estudio la transmisión de un Rumor implica en cada contacto un número limitado de personas: dos, como mínimo y como máximo, los componentes de un pequeño grupo.

-> Otros aspectos del contacto:

\* *Contacto voluntario o involuntario:* podemos afirmar que el Rumor se transmite siempre a través de contactos voluntarios, ya que el emisor elige cuidadosamente a su receptor y ello implica voluntariedad de transmisión.

\* *Contacto real o artificial:* el rumor se produce en contactos reales, debido a su carácter espontáneo y selectivo.

\* Contacto percibido o no en función de las relaciones intergrupales: el rumor es percibido por los que están en el "secreto" de conocerlo; sin embargo, aquellos individuos del grupo que no pertenezcan a la red de transmisión del rumor sólo pueden percibir, como mucho, cierto clima de secreto en el que no están inmersos.

\* Contacto típico o excepcional: el rumor se incluye dentro de los contactos típicos.

\* Contacto importante e íntimo o trivial y transitorio: en general, el rumor se enmarca dentro de la esfera de lo importante e íntimo. Cuando el contacto es trivial y transitorio el rumor pasa a ser "chisme", "murmuración" y "cotillería".

-> Por áreas de contacto:

\* **Ocupacional:** es el entorno que más interesa a nuestro objeto de estudio. Va a ser tratado próximamente.

\* Casual: no es un área que favorezca la transmisión del rumor, ya que éste necesita de un alto grado de confianza entre emisor y receptor y de una voluntariedad selectiva en la transmisión del mensaje.

\* Residencial: ambiente en el que se contrastan los rumores que se producen en el seno de la Organización.

- \* Recreativa: no resulta de nuestro interés.

- \* Religiosa: como se ha analizado en anteriores capítulos, el entorno religioso utiliza la comunicación interpersonal oral persuasiva con un arte especial.

- \* Cívica y fraternal: ha sido en el área cívica en el que los psicólogos sociales norteamericanos han estudiado con más ahínco el rumor.

- \* Política: en este ámbito el rumor se ha utilizado como una importante arma de ataque y contraataque verbal desde las primeras civilizaciones.

-> Aspectos relacionados con la función de la actividad que se está realizando:

- \* Actividad competitiva o cooperativa: en situaciones de competitividad el rumor se produce con mayor asiduidad que en situaciones de cooperación.

- \* Actividad en subordinación o superioridad: el rumor se suele transmitir desde la posición subordinada a la posición de superioridad, para ganar "valor" ante el superior. Rara vez sucede lo contrario.

-> Aspectos relacionados con el estatus de los sujetos que interactúan:

- \* La comunicación se produce de un miembro de una minoría- recordemos que Allport está estudiando el

Prejuicio- a otro de un estatus inferior. No constituye demasiado aliciente para el emisor transmitir el rumor a alguien de status inferior.

**\* La comunicación se produce de un miembro de una minoría a otro que considera un igual. El rumor se transmite en este caso de forma habitual ya que la complicidad que se produce con la transmisión del rumor se inicia entre iguales.**

**\* La comunicación se produce de un miembro de una minoría a otro de status superior. El emisor en este caso transmitirá el rumor buscando el reconocimiento de su superior.**

**\* La variable del status del grupo es significativa al relacionarla con el nivel cultural. En aquellos individuos con mayor nivel cultural el rumor se percibe con algo más de suspicacia o incredulidad que en ambientes populares.**

### ***Transmisión Oral***

El tipo de transmisión que caracteriza a nuestro objeto de estudio es determinada por la comunicación oral. Esto significa que el lenguaje que se emplea es el común -poco elaborado- aunque cuenta con toda la riqueza comunicativa de los mensajes no verbales comunicados cara a cara entre emisor y receptor.

Otros matices que nos interesan del Rumor, como mensaje oral y espontáneo, es su rapidez de transmisión y su mayor capacidad para ser deformado que los mensajes sometidos a un cierto control.

### ***Utiliza la red Informal de comunicación de la Organización***

Al ser una forma de comunicación espontánea, se enmarca en la red de contactos informales de la organización y no "respeta" la estructura organizacional que marca "las reglas del juego" a las comunicaciones formales. Esta característica complica enormemente el estudio del Rumor, ya que controlar la espontaneidad supone contradecir la propia esencia de este tipo de comunicación.

Jean-Noël Kapferer, a este respecto, defiende que el Rumor, entendido como forma espontánea de comunicación, plantea "quién tiene derecho a hablar de qué" en una determinada situación.

El flujo de comunicación interna en la empresa tiene cuatro posibles direcciones, tanto en el plano formal u oficial como en el informal o extra-oficial:

-> Vertical, que puede ser:

- \* Descendente: desde la Dirección hasta los niveles más inferiores.
- \* Ascendente: desde el personal hasta la Dirección.



-> Horizontal: entre individuos del mismo nivel.

-> Diagonal: que puede ser:

- \* Descendente.

- \* Ascendente.

Un trabajador puede sentirse más integrado y motivado, en general, si la comunicación ascendente es fluida -significa que puede intervenir y aportar su visión personal ante la marcha de la empresa, que puede fácilmente enterarse de los objetivos de la empresa y de su funcionamiento, y todo ello le crea una actitud positiva.

Ricardo Gutiérrez Ballarín especifica en unas interesantes conclusiones el funcionamiento de la transmisión del rumor en una organización:

-> El rumor suele fluir hacia arriba ya que el emisor experimenta gran satisfacción en términos de status al ser el primero en transmitir una información valiosa a una persona de status superior.

-> Los subgrupos que se forman en una organización - no coincidentes con la estructura formal- mantienen entre sí contactos constantes mientras apenas se relacionaban con otros ajenos. En el seno de estos subgrupos se suele crear el rumor.

-> Entre esos subgrupos hay determinados personajes de enlace que se convierten a los ojos de su grupo como

una persona de alto status: de hecho, cuantos más contactos establezca un trabajador con sus colegas más valorado será.

***Su transmisión es encadenada y exponencial***

El emisor del rumor transmitirá el mensaje a otros receptores seleccionados y éstos, a su vez, a otros que seguirán transmitiendo el rumor de forma exponencial. Esta transmisión se realiza en más de dos etapas, como afirma Michel Louis Rouquette.

Kapferer comenta a este respecto que su mecanismo está regido por la lógica, al tratar de explicar y ordenar determinados significados sociales.

El hecho de que el Rumor se transmita de forma rápida y en cadena o "cascada" de forma exponencial tiene su explicación en la necesidad de transmitir rápidamente un mensaje interesante y "seductivo", mientras se refuerzan los nexos de unión entre los miembros de un determinado grupo.

#### IV.5.5.- Funciones del Rumor en la Organización

***Función general: servir de "barómetro" de la situación comunicativa de la Organización.***

Aunque Allport y Postman consideran al Rumor como una expresión de hostilidad verbal, dato que no compartimos, estos autores ya hablaban de la principal función del Rumor en el seno de las organizaciones: la capacidad de éste para **medir la tensión de un grupo a modo de "barómetro" de la situación comunicativa**. Michel Louis Rouquette, sin concepciones peyorativas hacia el rumor, también coincide en que éste pone de manifiesto el estado social en el que se encuentra la organización en cuestión.

Mientras para unos autores -Allport y Postman- a mayor cantidad de rumores en una Organización, mayor es la tensión y la hostilidad, para otros -Rouquette- lo que realmente mide es el tipo de interrelaciones y complicidad existente entre los individuos de la misma.

***Funciones comunicativas: informar, persuadir y entretener/ funciones emocionales, racionales y secundarias***

El carácter finalista de la comunicación queda marcada en la "Retórica" de Aristóteles. La finalidad de todo proceso comunicativo es **informar, persuadir y entretener**, de forma que al no ser excluyentes, pueden darse dos o tres motivos a la vez.

Teniendo en cuenta que al Rumor se le considera como una forma de comunicación persuasiva, su principal función es la influencia, como afirma Alejandro Pizarroso Quintero respecto a la Propaganda. En este proceso de influencia, este autor resalta una dimensión que nos parece muy acertada: la complicidad necesaria entre el que emite el mensaje y el que es persuadido.

Para definir la Comunicación Persuasiva retomamos la versión de F. Carrera Villar: toda comunicación en la que la fuente intenta cambiar -que significa en toda su amplitud generar, reforzar las ya existentes y convertir- creencias, actitudes y conductas de sus receptores.

También hemos destacado anteriormente las altas propiedades informativas del Rumor. Respecto a su capacidad para entretener consideramos que, si bien implica una comunicación gratificante para emisor y receptor, no podemos ponderarla con la misma intensidad que las otras dos cualidades.

Vamos a recoger de Gonzalo Musitu la clasificación entre **funciones emocionales, racionales y secundarias** del Rumor, aunque unas y otras están íntimamente relacionadas y se dan conjuntamente en determinadas situaciones:

#### **Funciones emocionales:**

Allport y Postman definieron como la principal función del Rumor su **capacidad de producir alivio a la tensión producida por la proyección de un estado emocional completamente subjetivo**. Esta función también la señala Robert Knapp.

Ralph Rosnow y Gary Fine coinciden con estos autores, ya que establecen como su principal función el actuar como **mecanismo reductor para disminuir la incertidumbre y el sentimiento de amenaza**.

En palabras de Gonzalo Musitu, a estos mecanismos se los denomina **Mecanismos Proyectivos** -que también se han denominado **Mecanismos de defensa**-. Estos mecanismos, denominación que emplea Pinillos, pueden ser muy diferentes:

- 1) Justificación de un estado emocional.
- 2) Proyección: atribuyendo a los demás los rasgos indeseables que padecemos nosotros.
- 3) Identificación: tomar como propias las buenas cualidades ajenas.
- 4) Reacción: ocultarse a sí mismo un motivo determinado y acentuar el opuesto.
- 5) Disociación: parte del comportamiento se desgaja del conjunto y se transforma en movimiento compulsivo.
- 6) Teorización excesiva.
- 7) Represión: negando impulsos indeseables.
- 8) Sustitución: de todos estos mecanismos es el más positivo, ya que sustituye objetivos indeseables de conducta por objetivos deseables. Existen tres formas: la sublimación, la

compensación y la supercompensación.

José Luis Pinillos menciona como comportamientos posibles ante la frustración la agresividad, que puede ser física, verbal e interna, la culpabilidad y la conducta infantil o apatía. La que más nos interesa para el estudio del rumor es la **agresividad verbal**.

### **Funciones racionales:**

Musitu establece las siguientes:

- 1) Reducción y creación de la Disonancia Cognitiva.
- 2) Función explicativa, por la que el sujeto trata de explicarse y de buscar el sentido a una situación desconocida o ambigua - es la función principal para el sociólogo Shibutani-.
- 3) Función justificativa, por la que el tema del rumor le proporciona una justificación racional a una inquietud.

Kapferer aporta las funciones:

- 4) Demostrar la capacidad indagatoria del emisor.
- 5) Convencer de algo a otros.
- 6) Librarse de algo o alguien -función acusadora que fue característica en determinadas épocas históricas, como por ejemplo con la Inquisición-.

7) Servir de modo de acción sobre el entorno -en palabras de Shibutani, el rumor proporciona información en situaciones que demandan acción-. En concreto, llega a identificar al rumor como un *"instrumento de contrapoder, útil para movilizar la resistencia"*. El historiador C.W.Ceram confirma este pensamiento en su estudio de la Batalla de Kades -en época de Ramses II, hace más de 3.000 años- que demuestra cómo el rumor fue utilizado como instrumento para conseguir fines políticos en el marco de este primer ejemplo documentado de Campaña de Propaganda de la Historia. En la civilización romana el rumor se canalizó con claras funciones políticas a través de la figura del "delator", que se mezclaba con el pueblo y tenía una doble función: llevar al Emperador los "chismes" del día y difundir otros rumores en "contraofensiva". El escritor chino Sun-Tzu (s.VI-IV a.J.C.) también menciona expresamente en su obra "El Arte de la Guerra" al rumor como un arma eficaz para hacer vulnerable al enemigo antes de la batalla.

Rouquette establece otra función que podemos incluir en esta categoría:

8) La capacidad de construir, diferenciar y mantener a los grupos. Kapferer reconoce esta función ya que afirma que el rumor ayuda al emisor a reforzar su vínculo al grupo.

La repetición de ciertos contenidos en el rumor defendida por Terry Ann Knopf nos permite afirmar que éstos estarán directamente relacionados con las funciones que se definan del rumor, y, como afirma Ricardo Gutiérrez Ballarín, con los públicos predispuestos por ese tipo de mensajes. De esta forma, R. Gutiérrez Ballarín, aporta otra función del rumor:

- 9) La capacidad de activar y confirmar las actitudes preexistentes más que crearlas nuevas.

La Teoría del Discurso detecta otra función que podemos adjudicar al rumor:

- 10) La capacidad de producir efectos de realidad que pueden entrar en competición con la propia realidad hasta llegar a sustituirla.

**Funciones secundarias:**

Musitu establece las siguientes:

- 1) Búsqueda de protagonismo "por estar enterado".
- 2) Simple instinto de romper el hielo.

Incluimos en este apartado la función que establece Kapferer respecto al rumor:

- 3) Hablar por hablar.



#### **IV.6.- INFLUENCIA DEL RUMOR EN LA CULTURA DE LAS ORGANIZACIONES**

---

Como ya hemos mencionado, Terrence E. Deal y Allan A. Kennedy centraron su obra en el estudio de los ritos culturales que tienen lugar en el seno de la vida organizacional (Deal, E & Allan Kennedy, 1985: 14- 113). A continuación analizaremos sus principales aportaciones y las relacionaremos con los aspectos más destacados de nuestro objeto de estudio, el Rumor.

##### **Clasificación de las Organizaciones en función del tipo general de Cultura (Deal, E. y A.A. Kennedy, 1985: 113):**

Se clasifican en cuatro categorías, determinadas por dos factores: la velocidad de obtención de retroinformación y el grado de riesgo asociado con la organización. El siguiente cuadro ha sido elaborado por nosotros a partir del análisis realizado sobre el texto aportado por estos dos investigadores:

	GRADO DE RIESGO ASOCIADO CON LAS ACTIVIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	
	+	-
VELOCIDAD DE OBTENCIÓN DE RETROINFORMACIÓN	+ Cultura del hombre "duro y macho": muchos riesgos, rápida retraining.	Cultura "trabaje mucho, juegue mucho": poco riesgo, rápida retroalimentación.
	- Cultura "apostar por la Compañía": alto riesgo y baja retroalimentación.	Cultura del "Proceso-Burocracia": bajo riesgo, baja y lenta retroalimentación.

Para estos investigadores los elementos de la Cultura de las Organizaciones son los siguientes:

### ***El Medio Ambiente***

Considerado como el contexto en el que la Organización está inmersa, tanto desde el punto de vista económico -tipo de organización, tipo de actividad, mercado...- , como desde el punto de vista de su posición socio-política. Este aspecto ha sido tratado en el apartado IV.4..

### ***Los Valores***

Los valores se identifican con el conjunto de creencias y conceptos básicos compartidos por los miembros de la Organización. Los "valores son el alma de una cultura" (Deal, E. y Allan A. Kennedy, 1985:40). En el proceso de transmisión del Rumor la coincidencia de valores entre los actores de la comunicación es un factor necesario para su transmisión, como se ha especificado en el apartado IV.5.2..

Uno de los aspectos que estudió Pinillos y nos interesa más de la Cultura es la enorme influencia psicológica que un determinado **valor cultural** puede despertar en el individuo. Éste es el caso del "maleficio" que puede llegar a matar sin tocar materialmente al embrujado, según apunta Pinillos, simplemente por la presión que en él ejerce el saber que está bajo maleficio frente a su Comunidad. En nuestra sociedad se reaviva este ejemplo por la presión que el miedo al fracaso causa en algunos individuos, llegando éstos incluso a sufrir un infarto.

En este sentido se pronuncia José A. Garmendia Martínez, al identificar Cultura Empresarial con el conjunto compartido de creencias y símbolos, fruto de una construcción social de significados. En definitiva, Garmendia está identificándola con el concepto de "Imagen de Empresa"<sup>54</sup>.

---

<sup>54</sup> A este respecto Garmendia cita la siguiente frase de W.I. Thomas "Si los individuos definen las situaciones como reales, éstas son reales en sus consecuencias" (Garmendia, José A., 1988: 10). Con ella destaca la importancia que los procesos subjetivos y la imagen del personal tienen para el funcionamiento de la empresa.

Esta acepción proviene de la Antropología cognitiva que concibe a la Cultura como conjunto de "imágenes" o percepciones más o menos compartidas.

### ***Los Héroes***

Personajes que personifican los valores culturales y sirven como modelos tangibles de los papeles que deben desempeñar los individuos de la organización.

Estos héroes sintetizan la fuerza de la organización y son admirados por otros miembros de la organización, ya que representan muchas de sus aspiraciones. A continuación se especifica cómo estos héroes refuerzan los valores básicos de la Cultura de una Organización (Deal, E y A.A.Kennedy, 1985: 42- 44):

- > Logrando que el éxito sea alcanzable y humano.
- > Suministrando modelos de los papeles a desempeñar.
- > Sirviendo de símbolos de la compañía ante el mundo.
- > Conservando lo que hace que la empresa sea especial.
- > Estableciendo una norma del "desempeño".
- > Motivando a los empleados.

Entre los héroes que distinguen estos investigadores, cabe citar (Deal, E. y A.A.Kennedy, 1985: 47-63):

-> Al Héroe "visionario": en la tradición oral de las Organizaciones, los hitos y actuaciones de éstos son transmitidos de generación en generación de gerentes.

-> Héroes "situacionales": héroes creados por la compañía para realizar las funciones citadas.

-> El "Proscrito": héroe extravagante pero competente. Este personaje alivia la tensión interna y detecta las áreas donde es necesario efectuar cambios.

-> Héroe "brújula": se crea cuando una Compañía está necesitando un cambio que debe ser protagonizado por un "héroe".

-> Héroe "Obstinado": cuya principal cualidad es la persistencia de sus planteamientos.

-> El Héroe "Vaca Sagrada", que da sentido a la propia organización.

**En el Rumor, se produce un curioso proceso de desmitificación de héroes y creación de otros nuevos, que suelen coincidir con los mismos transmisores de este tipo de mensajes.**

***Los Ritos y Rituales***

Son las rutinas programadas y sistemáticas de la vida cotidiana de la organización. Deal y Kennedy denominan a estos procesos "La Cultura en Acción" (Deal, E. y A.A. Kennedy, 1985: 63).

En una Organización se necesitan distintos actos simbólicos:

- > Los Premios: señales que indican la pertenencia a la cultura de la Organización.
- > El Juego: permite aliviar la tensión y fomenta la innovación en los grupos.
- > Las Ceremonias: en cualquiera de sus formas - espectáculos, celebraciones sencillas- se festejan los mitos, los "símbolos sagrados" y se da juego a los héroes.
- > El Ritual: concebido como el lugar y el guión con el que los individuos pueden expresarse en la Organización.

Estos autores son tajantes: no es posible mantener viva a una Organización sin los necesarios rituales, lo que no quiere decir que unos mismos rituales sirvan para todas las Organizaciones. A continuación se distinguen diferentes tipos de rituales (Deal, E. y A.A. Kennedy, 1985: 69- 87):

-> **Rituales Sociales**, que incluyen todas las reglas tácitas de la comunicación cara a cara -Deal y Kennedy los denominan rituales "Hola"-. Estos comportamientos ocupan gran parte del tiempo de contacto entre individuos, pero si se eliminan, nadie sabría cómo comportarse. Entre ellos se distinguen:

- \* Los Ritos de iniciación -al ingresar en la Organización-.

- \* Los Ritos unificadores y separadores.

**La transmisión de rumores puede ser considerado un ritual social, que cumple claras funciones -ver apartado IV.5.5.-, y que se produce en los dos casos citados.**

-> **Rituales de Trabajo**, por los cuales se establecen unas determinadas formas de hacer en el trabajo. Su importancia se comprueba fácilmente si los eliminamos.

-> **Rituales Administrativos**, entre los que se incluyen escribir memorandums, tomar decisiones estratégicas y asistir a juntas. Respecto a éstas últimas, Deal y Kennedy lo consideran el ritual gerencial más importante. En esta reunión influyen tanto el ambiente que se crea, como la forma de la mesa, dónde se sienta cada cual, el número y composición de los asistentes y su comportamiento. El conjunto de estas variables será un verdadero reflejo de la cultura de la Organización.

-> Rituales de Reconocimiento, ya comentados con la mención de los Premios.

-> El Espectáculo Cultural, brindado por las celebraciones.

-> Los Rituales Gerenciales, que establecen normas de comportamiento sobre el lenguaje, el decoro público, el comportamiento interpersonal, las tareas de preparación, presentación y formato, instrucciones explícitas...

Entre estos rituales gerenciales, cabe señalar al respecto, que cuando se menciona al Rumor, es para censurar explícitamente su transmisión.

### ***La Red Cultural***

En palabras de Deal y Kennedy, esta red es el "transportador de los valores de la corporación y de su mitología heroica", como medio de comunicación básico - aunque informal- dentro de la Organización. "Los narradores, los espías, los sacerdotes, las cábalas y los murmuradores forman una oculta jerarquía de poder dentro de la organización. La única manera de lograr que se hagan las cosas y de comprender lo que realmente está pasando, es manejar eficazmente esta red" (Deal, E y Allan A. Kennedy, 1985:16).



En toda Organización cada cual tiene su función, pero, en opinión de Deal y Kennedy, además tiene otro "empleo": ser el espía, el narrador, etc... La Red Cultural no sólo transmite la información entre los diferentes miembros de la Organización, sino que la interpreta.

Respecto al carácter informal de la red cultural estos autores afirman (Deal, E. y A.A. Kennedy, 1985: 90) "Creemos que el 90% de lo que ocurre en una organización no tiene ninguna relación con los acontecimientos formales...Es necesario que los altos gerentes reconozcan y utilicen esta red cultural para lograr sus objetivos".

**Pues bien, precisamente esta red cultural es la que da "cobijo" a nuestro "Rumor". Con la afirmación de Deal y Kennedy queda perfectamente justificado el alto grado de importancia que estamos concediendo al Rumor en esta investigación.**

Los Personajes de la Red Cultural más destacados, según estos autores, son los siguientes (Deal, E. y A.A. Kennedy, 1985: 91-102):

-> Los "narradores": explican y dan significado a través de sus narraciones al mundo cotidiano del trabajo. Interpretan lo que ocurre en la organización. Tienen una función básica de transmisión de los valores culturales y suelen estar situados en puestos con acceso a gran cantidad de información.

-> Los "sacerdotes": su función es preocuparse por la corporación y ser guardianes de los valores culturales. Esta función, que deberían ostentarla los Directores Generales -a veces inaccesibles-, queda "delegada" en manos de personajes más accesibles. Estos personajes suelen tener gran experiencia de la organización acumulada. A ellos llegan diversidad de confesiones y dan soluciones a muchos de los pequeños problemas que surgen en la Organización, incluso de carácter moral.

-> Los "murmuradores": ocupan una posición de "poder detrás del trono" y su fuerza está en que el jefe los escucha -al tener una intensa lealtad hacia éste- y en que cuentan con un vasto sistema de contactos en toda la organización. Este personaje despliega gran actividad para mantenerse al corriente de todo lo que ocurre en la red cultural. **A nuestro juicio, estos "murmuradores", más que lanzar rumores, estarán bien atentos a los rumores que se difundan en la red cultural.**

-> Los "chismosos": también denominados por Deal y Kennedy como los "trovadores" de la cultura de la Organización. Estos personajes, que suelen ser muy apreciados en la organización -aunque les teman por su "lengua"-, transmiten los sucesos intrascendentes y cotidianos. Su papel de refuerzo de la cultura es vital como complemento de los narradores. Estos últimos crean las leyendas de la compañía y de sus héroes, y los "chismosos" las adornan y aumentan las noticias de sus

últimas proezas, con mucha rapidez y gran penetración en todos los niveles de la organización. A diferencia de los "murmuradores", los "chismosos" no están cerca del poder formal. **En nuestra opinión los "chismosos" colaboran activamente en el proceso de transmisión del rumor.**

-> "Fuentes Secretariales": que informan sobre cómo es realmente la Organización y sobre lo que realmente está pasando en ella. A medida que los gerentes van subiendo en la escala jerárquica de la Organización, van perdiendo contacto con lo que Deal y Kennedy denominan el "molino de rumores". Sus secretarias se convierten entonces en personajes de incalculable valor para mantenerlos sintonizados con la interpretación entre los miembros de la organización de los sucesos oficiales. **Nosotros opinamos que estas fuentes también "fortalecen" la difusión del rumor en la Organización.**

-> Los "espías": personajes útiles para los gerentes. Esta figura suele tener acceso a muchas personas y los efectivos nunca hablan mal de nadie y son cautos, ya que deben mantener abiertos sus valiosos canales de información. En opinión de Deal y Kennedy, los Gerentes necesitan a los "espías" para verificar rumores o equilibrar la información proporcionada por sus secretarias. Los que se convierten en espías nada más llegar a la Organización son muy efectivos, al juzgar los acontecimientos que ven con mayor objetividad y frescura -no saben lo suficiente para acabar filtrando la

información que otra persona más conocedora de la cultura considera que el Gerente no debe saber-.

-> **Las "cábalas"**: son grupos de dos o más personas que se asocian secretamente para tramar un propósito común. Se utiliza en muchas ocasiones para elevar la posición de sus miembros en la Organización y es eficaz como mecanismo de protección, ya que aporta fuerza y apoyo. Los miembros de una cábala deben tener confianza y lealtad al grupo. Se nutre de valores propios y de experiencias compartidas. Significan una subcultura dentro de la Organización y muchas veces, las utilizan los gerentes por su efecto motivador. En algunos casos, sin embargo, pueden desestabilizar al resto de la Organización. **A nuestro juicio, en estas cábalas suelen crearse muchos de los rumores que circulan en una organización.**

De esta manera, la Red Cultural de una Organización se enmarca en un sistema informal de verificaciones y equilibrios - que aunque sus reglas no estén escritas, son inflexibles- para recoger y difundir la información que circula en la Organización, lo que nos acerca claramente al entorno del Rumor.

**Deal y Kennedy nos recuerdan que no hay forma de evitar el compromiso con la Red Cultural de una Organización: se deben usar sus actividades en favor nuestro.**

Los gerentes que quieren saber lo que realmente están pensando sus empleados y que quieren influir en su comportamiento cotidiano tienen que ser muy diestros en el manejo de esta Red (Deal, E. y A.A. Kennedy, 1985: 107-113):

- > Antes de nada deben reconocer la existencia de la red y su importancia, en lugar de sentirse superiores a ella.
- > Deben formar parte de ella, cultivando ellos mismos una red de contactos apropiados, especialmente entre los narradores y sacerdotes claves.
- > Deben tratar a menudo con las personas de los diferentes niveles de la Organización.
- > Deben usar anécdotas e historias para reforzar los valores que les interesan.
- > Deben buscar amistades.

Deal y Kennedy proponen a continuación un Diagnóstico para aprender a interpretar las culturas de la Organización (Deal, E. y A.A. Kennedy, 1985: 137- 147) y posteriormente poder llegar a predecir la influencia que ésta tiene en el comportamiento de la empresa.

Para analizar la cultura:

- > Se debe estudiar el escenario físico.
- > Saber lo que la organización dice sobre su cultura.

-> Analizar la forma en la que se recibe a los desconocidos.

-> Entrevistar al personal de la organización sobre: la historia de la empresa, su éxito, qué tipo de personas trabajan allí, qué clase de lugar es éste para trabajar y cómo transcurre un día cualquiera en la Organización.

-> Observar lo que el personal hace con su tiempo, ya que eso será lo que consideran valioso.

-> Comparar lo que los individuos dicen y lo que realmente hacen.

Para diagnosticar la cultura desde el interior con la mayor objetividad, profundidad y precisión posibles, se debe:

-> Comprender cómo se progresa en la senda de las carreras de los empleados.

-> ¿Cuánto tiempo permanecen en sus puestos los empleados, y, en especial, los de niveles intermedios?

-> Examinar el contenido de lo que se discute o escribe en la organización.

-> Prestar especial atención a las historias y anécdotas que circulan por la red cultural, ya que son muy significativas.

-> Atender especialmente a los síntomas que caracterizan a una cultura en dificultades:

- \* Las culturas débiles carecen de creencias y valores claros en cuanto a la forma de lograr el éxito en su negocio.

- \* Tienen muchas de estas creencias, pero no pueden ponerse de acuerdo sobre cuáles son las más importantes.

- \* Las distintas partes de la organización tienen creencias muy diferentes.

- \* Los héroes de la cultura son destructores o desorganizadores y no se basan en un entendimiento común sobre lo que es importante.

- \* Los rituales de la vida cotidiana son o desorganizados -cada uno hace lo que quiere- o contradictorios.

- \* Síntomas más preocupantes:

- Enfocar todo hacia el interior.
- Enfocar todo a corto plazo.
- Problemas de estado de ánimo -sobre todo si se debe a un malestar con la organización-.
- Fragmentación e incongruencia.
- Estallidos emocionales.

- Crecimiento de una subcultura hacia dentro.
- Conflictos y choques entre subculturas.
- Cuando las subculturas se vuelven exclusivas - muy relacionadas con el Rumor-.
- Cuando los valores de una subcultura tienen mayor prioridad que los valores compartidos por la Organización.

Para actuar sobre la cultura o administrarla, Deal y Keneddy proponen crear la figura del "Gerente Simbólico" a partir de una cultura vigorosa. Este personaje dedica gran parte de su tiempo a pensar en los valores, héroes y rituales de la Cultura. Deben estar convencidos de la importancia de la cultura para el éxito a largo plazo y tener un alto nivel de confianza en los individuos de la Organización.

De las posibles actuaciones que puede significar administrar la cultura, nos interesan fundamentalmente dos: **resolver y conciliar las diferencias que existen entre los subgrupos y cábalas de una misma cultura y las situaciones de cambio organizacional.**

**Para resolver las diferencias existentes entre subgrupos de una misma cultura (Deal, E. y A.A. Kennedy, 1985: 161-164):**

- > Se debe estimular cada subcultura para enriquecer su propia vida cultural.



-> Esforzarse para que las distintas subculturas y cábalas comprendan los problemas de otras subculturas y cábalas.

-> Explicar que la cultura general de toda la organización se enriquece aun más con la fuerza de todas y cada una de las subculturas.

La opinión de José A. Garmendia al respecto identifica una cultura fuerte con la coincidencia -para él difícil- de las subculturas de los distintos niveles jerárquicos. Si esa coincidencia es alta, Garmendia la considera "excelencia".

**Para abordar un cambio cultural en la Organización,** es decir, lograr un cambio real en el comportamiento de sus miembros, nuevos héroes e historias diferentes, nuevos rituales, etc..., Deal y Kennedy sugieren lo siguiente (Deal, E. y A.A. Kennedy, 1985: 168-186):

-> En primer lugar, estar seguro de que es necesario el cambio cultural a gran escala. Esto sucede si:

- \* El medio ambiente está sufriendo una cambio fundamental y la organización ha estado siempre fuertemente impulsada por unos valores que, de mantenerse, llevarían a ésta a su destrucción.

- \* La industria es muy competitiva y el ambiente cambia rápidamente.

- \* La organización está en el umbral de

convertirse en una gran corporación, en una organización gigante.

\* La organización crece muy rápidamente.

-> Reconocer que será necesario el consenso de los colegas del grupo o la organización y un compromiso colectivo para conseguir la aceptación del cambio o la voluntad para aceptarlo. Será necesaria la común comprensión de los valores a inculcar.

-> Comunicar y enfatizar la confianza recíproca en todos los aspectos que se relacionen con el cambio. En especial con la comunicación.

-> Considerar al cambio como formador de pericia y concentrarse en la capacitación como parte del proceso.

-> *Tener paciencia: dar tiempo suficiente para que el cambio se cimiente.*

-> Tener flexibilidad: un buen método es lanzar un proceso de cambio y dar a los demás la oportunidad de adaptar el concepto como les parezca conveniente -hay que vigilar el impacto simbólico que puede ejercer en la cultura el ritual que se está desarrollando-.

-> Para ir forjando una cultura vigorosa en una determinada Organización, un gerente debe comunicar implícitamente los valores básicos e inculcarlos en los demás a través de actos cotidianos.

Pero los **"ingredientes"** para un cambio cultural con éxito, según estos dos autores, son (Deal, E. y A.A. Kennedy, 1985: 187-189):

- > Situar a un héroe a cargo del proceso.
- > Para justificar el cambio, reconocer una amenaza real proveniente del exterior.
- > Hacer de los rituales de transición los elementos sobre los cuales gira el cambio.
- > Proporcionar entrenamiento de transición sobre los nuevos valores y pautas de comportamiento.
- > Traer "hechiceros" exteriores pero respetando al héroe del proceso. El cambio impulsado por una persona de la compañía, en quien todos confían, tiene más éxito que si lo intentan personas externas, pero éstas últimas aportan cierta "magia" al proceso.
- > Crear símbolos tangibles de las nuevas direcciones de la empresa.
- > Insistir en la importancia de la seguridad laboral durante la transición.

## **CAPÍTULO 5.- CONCLUSIONES** ---

## **CAPÍTULO 5.- CONCLUSIONES** \_\_\_\_\_

**Esta investigación teórica y bibliográfica sobre la influencia del Rumor en la Cultura de las Organizaciones** significa un primer acercamiento -lo más exhaustivo posible- cuya principal utilidad científica radica en el **asentamiento de las bases necesarias para seguir profundizando en el estudio del Rumor que se difunde en las organizaciones**, con el rigor y la complejidad que ello requiere.

Esperamos que el contenido de este trabajo y las conclusiones que aquí se señalan colmen el vacío existente en materia de investigación de nuestro objeto de estudio, y permitan a la comunidad científica aproximarse a la realidad de este peculiar proceso de comunicación.

Nuestro objetivo inmediato será diseñar un estudio empírico -teniendo en cuenta la enorme complejidad que conlleva tratar de "controlar" un proceso de comunicación "informal y espontáneo"- cuyo rigor y amplitud nos permita elaborar un modelo de actuación del Rumor sobre la Cultura de las Organizaciones.

### **1.- La Investigación del Rumor exige una aproximación científica multidisciplinar**

Para estudiar el Rumor y su influencia en la Cultura de las Organizaciones con un mínimo rigor científico, se tienen que contemplar diversidad de factores que corresponden a diversas disciplinas.

**2.- La investigación sobre el Rumor previa a esta Tesis ha sido muy escasa y se ha realizado desde muy diferentes disciplinas. En este trabajo de investigación se realiza la primera sistematización de estos conocimientos dispersos sobre el Rumor (ver cuadros del Capítulo II, apartado II.7).**

#### **A) En la Psicología Social, han estudiado el Rumor:**

a) un conjunto de investigadores norteamericanos en el contexto bélico de la II Guerra Mundial: G.W. Allport y L.Postman; Chorus; Festinger; Terry Ann Knopf; Robert Knapp; W. Peterson y N. Gist; Ralph Rosnow y Gary Fine; Barlett y Buckner.

b) un investigador francés, Michel Louis Rouquette, desde 1970, con una aproximación mucho más positiva para nuestro objeto de estudio.

c) y un investigador español, a finales de los años ´70: Gonzalo Musitu.

**B) En la Teoría de la Comunicación,** con la participación de:

a) el francés Jean-Noël Kapferer, desde los años ´80 de nuestro siglo.

b) y los españoles Ricardo Gutiérrez Ballarín (años 80) y José M<sup>a</sup> Hermida Lloret (1993), ambos desde una perspectiva periodística, que nos aleja del contexto en el que se ha situado esta investigación del Rumor.

**C) En la Historia de la Comunicación,** cuyos investigadores realizan escasas, pero interesantes menciones del Rumor:

a) C.W.Ceram, estudioso de la civilización hitita (1957).

b) Alejandro Pizarroso Quintero, historiador español interesado por la Propaganda (1990).

c) Los autores compilados por Raymond Williams en su obra: Henry-Jean Martin, de la "École des Hautes Etudes" de París; Ithiel de Sola Pool, del "Massachusetts Institute of Technology" y Ederlyn Williams, interesada por la Comunicación cara a cara.

**D) En la Teoría del Discurso,** a través del francés Gérard Imbert, que se preocupó del funcionamiento del Rumor en la transición política española (1976-1982), uno de los momentos clave de la historia contemporánea de nuestro país.

**E) En la Sociología,** han intervenido los autores británicos Tom Harrison, Humphrey Jennings y Charles Madge (finales de los ´30- 40).

**3.- Para completar la escasa investigación realizada sobre el Rumor, en especial en el ámbito de la organización, ha sido necesario identificar y analizar, también de forma multidisciplinar, una serie de unidades conceptuales que aportan interesantes puntos de vista a este peculiar proceso de comunicación (ver cuadros del Capítulo III, apartado III.7).**

**A) En la Psicología se han identificado y analizado los aspectos que afectan al Rumor de los siguientes conceptos:**

**a) La Comunicación persuasiva, que caracteriza de manera especial a la comunicación interpersonal (F. Carrera Villar) y, por lo tanto, al Rumor. De las posibilidades contempladas por Carrera Villar para identificar una comunicación persuasiva (la fuente intenta cambiar -generar, reforzar o convertir las ya existentes- creencias, actitudes y conductas de sus receptores), el Rumor se enmarca fundamentalmente en la capacidad de reforzar creencias, actitudes y conductas de sus receptores, según se analiza en el Capítulo dedicado a la influencia del Rumor en la Cultura de las Organizaciones.**

**b) La Percepción de la Realidad como proceso constructivo de ésta (José Luis Pinillos) que puede verse distorsionada por la presión social de un grupo. El Rumor puede ayudar de manera especial a transmitir esa presión social y a afectar a la percepción de un hecho determinado.**

**c) Los Procesos Psicológicos que tienen lugar en la Interacción (Amando de Miguel), y, en especial, el alto grado de confianza que la transmisión del Rumor exige entre emisor y receptor.**



**d) El testimonio**, en cuyo proceso cobran especial importancia los **factores subjetivos que conforman la opinión** o expresión verbalizada de las creencias y actitudes del individuo (Whirpple).

Entre los factores capaces de influir en la información imparcial del testigo ocular, destacados por Guillermo Stern, el Rumor queda marcado por:

- Lo que percibe el testigo, que es tamizado por su cosmovisión y tendencia a omitir detalles intrascendentes. Bartlett menciona que lo que se percibe está influido por lo que se recuerda.
- El recuerdo de lo más interesante. Bartlett apunta que la memoria es dinámica.
- En el relato se comunica lo que más destaca en su memoria, lo que es más coherente, lo que mezcla con otras vivencias relacionadas, lo que reinterpreta de aspectos poco familiares o lo que exagera. Bartlett confirma lo anterior al sostener que en la evocación, el material recordado se transforma de acuerdo con el interés personal del sujeto.
- En la verbalización del recuerdo influye la riqueza de vocabulario, la inteligencia, y los hábitos de expresión oral.

Bartlett concluye que el acto de informar está en función de la percepción y el recuerdo, del contexto social donde éste tiene lugar, y del vocabulario y propósitos del individuo.

**e) La Cultura, en su acepción de "Cultura interior" según la clasificación de José Luis Pinillos.** Esta cultura incluye al conjunto de:

- Vivencias subjetivamente estimadas.
- Vivencias habituales y encubiertas.
- Creencias íntimas.
- Pautas interiorizadas.

La Cultura así entendida de las organizaciones nos acerca al contexto objeto de nuestra investigación y demuestra la estrecha interrelación existente entre valor cultural, mensaje e individuo.

**f) Los Intereses Vitales estudiados por José Luis Pinillos y Marta Moers,** que son considerados de manera dinámica y que explican algunos comportamientos de los individuos en función de su edad - nos interesa relacionarlo con la edad laboral de cara a los procesos psicológicos que experimenta el individuo en la Organización, que pueden tener relación con el Rumor-:

- Hasta los 45 años: las tendencias autoafirmativas van en aumento. Luego descienden.
- Hasta los 60: los intereses materiales van en aumento.

**g) El Prejuicio**, ampliamente estudiado por Gordon W. Allport y que nos revela interesantes explicaciones de cara al funcionamiento del Rumor en la Organización:

- Se crea a partir de una actitud favorable o desfavorable vinculada a una creencia excesivamente generalizada.
- Se convierte en categoría -muy resistente al cambio- y se generaliza como opinión: los individuos que cargan con las culpas de todo tipo por la categorización: "Chivo expiatorio o Chivo emisario".
- Se crean en "Endogrupos" (o grupos con los que el individuo se vincula como parte o a los cuales aspira a vincularse psicológicamente) y se dirigen hacia los "Exogrupos" o "los de fuera".

El Rumor entra en juego dentro del rechazo verbal, una de las cinco conductas rechazantes que contempla Allport.

**Los factores socioculturales más importantes para esta investigación, que favorecen la personalidad prejuiciosa en la Organización, y por tanto, la creación de rumores como conducta rechazante, son:**

- La movilidad vertical: al provocar incentivos para unos y alarma para los demás status.
- Época de cambio social y crisis.
- Ignorancia y barreras contra la comunicación fluida.

- Aumento del tamaño de un grupo minoritario.
- Existencia de competencia directa y amenazas.

En la actuación sobre el Prejuicio, Allport considera más eficaz actuar sobre el grupo, a través de los líderes de opinión, que sobre el individuo, al crearse nuevas normas que los demás asumirán siguiendo al líder de opinión.

**h) La Frustración de los Deseos y los Mecanismos de Defensa,** estudiados por José Luis Pinillos, revelan que, ante una desorganización del comportamiento causada por barreras físicas, morales o psicológicas, y caracterizado por la confusión, inquietud, desazón, etc... puede reaccionarse con agresividad (verbal, entre otras), sentimiento de culpa y conductas infantiles o apatía. Entre los **Mecanismos de Defensa** que se ponen inmediatamente en marcha, los que tienen relación con el Rumor son:

- La Justificación.
- La Proyección: atribuir a los demás los rasgos indeseables que padecemos.

**i) El Individuo y su comportamiento en el Grupo,** de la mano de M.S. Olmsted, nos aporta diferentes claves aplicables al proceso de transmisión del Rumor:

- El grupo influye en el individuo sobre su actividad instrumental (pensamiento y percepción) y expresiva (emociones).

- El individuo se enmarca en el grupo mediante un proceso de ajuste que va configurando una serie de normas, que influyen a su vez en las percepciones y juicios del individuo (Cultura del Grupo) y que se crean y consolidan por las gratificaciones potenciales que implica comportarse de acuerdo con ellas y de las sanciones implícitas derivadas de la negación de seguirlas.

El Rumor va a entrar en juego en este proceso regulador de gratificaciones y sanciones "culturales". Además, el Rumor intervendrá tanto en los grupos primarios, como en los secundarios.

**j) Los Mecanismos Cognitivos y Transformaciones Semánticas** aportan al mecanismo del Rumor la explicación de:

- **Su visión maniquea:** por los mecanismos cognitivos de:
  - Intensificar ciertos elementos del mensaje hacia los polos de la escala semántica de Osgood.
  - Invertir la polaridad si no concuerdan las valoraciones del mensaje y las actitudes de la población.
- **Su tendencia a eliminar el desequilibrio entre sujeto y predicado:** por la disonancia cognitiva (Leon Festiger), que *permite iniciar procesos mentales o cambios de conducta encaminados a reducir la inconsistencia de las relaciones entre cogniciones -unidades de información que incluyen creencias, actitudes, opiniones y respuestas afectivas de agrado o desagrado-*.

**B) De la Teoría de la Comunicación** se han identificado los siguientes aspectos que influyen en el proceso del Rumor:

**a) Actores de la Comunicación:** entendiendo por ellos al ego", que inicia la comunicación, y al "alter", que es solicitado comunicativamente por el primero. También los hemos denominado emisor y receptor.

El Rumor se va configurando, de esta forma, como un proceso que, como toda comunicación, tiene lugar entre estos dos actores en forma de interacción expresiva.

Los miembros de la Escuela de Palo Alto (Watzlawick, G. Bateson, Ray L. Birdwhistel y E.T. Hall) aportan el concepto de "Metáfora de la Orquesta" por el cual el actor participa comunicativamente en todo momento, tanto si lo desea como si no, con sus gestos (Kinésica), su mirada, su silencio e incluso su ausencia (Proxémica: el espacio interpersonal).

El Rumor queda así influido no sólo por los factores ya citados, sino por una característica proximidad de los actores que interactúan en él.

Los citados actores (M.L. Rouquette) interactúan en red, mediante "eslabones" (o unidades de emisión-recepción) que no son considerados semejantes al existir jerarquías implícitas entre ellos, lo que produce transformaciones semánticas en el mensaje.

**b) El Mensaje,** analizado por diversos investigadores y desde diferentes puntos de vista, nos interesa por lo siguiente:

- Por su **carácter reproductor de la visión del mundo del hablante**, a partir de la consideración dialéctica de George Lakoff y Mark Johnson sobre la red de representaciones internas impregnada por las metáforas que configuran el lenguaje de la vida cotidiana.
  
- Porque **la estructura de la narración popular (Juan Benavides) depende de determinados actantes o personajes que realizan la acción (no actores)**, y su comportamiento es reflejo (William Labov) de la cultura de esa determinada sociedad.
  
- Por la **paradoja de esta era de las Comunicaciones (Carlos Castilla del Pino)** que, frente a una inimaginable cobertura de los Medios de Comunicación de Masas, se está produciendo mayor incomunicación entre los individuos.
  
- Porque los mensajes considerados como **secretos -es el caso del Rumor-** (Roland Jacquard) crean un mecanismo de **desinformación que consigue separar a los que no se desea que lo conozcan, de los que lo guardan celosamente.**
  
- Porque **el estudio del Rumor se asemeja al de las Narraciones Gráficas o "Comics"** -protagonizado por Antonio Lara-, al tener un escaso interés para la Comunidad Científica y, sin embargo, contar con una extraordinaria penetración y capacidad expresiva para la crítica social, para transmitir la "cultura viva" de la organización, y para servir de síntoma de la problemática social de ésta.

**c) Los Canales de la Comunicación**, y en especial, los canales naturales de la comunicación en "Microgrupos" (José L. López Aranguren) que influyen decisivamente sobre los actores del mensaje.

**d) El Objeto de Referencia de la Comunicación de Verificación Vicaria** (Manuel Martín Serrano), que no participa en la génesis de los datos de referencia, en el que el receptor deberá aceptar la autoridad del emisor y éste deberá confiar en la capacidad de reconstrucción del receptor, será el que debemos adscribir al mensaje del Rumor.

**C) En la Historia de la Comunicación, la Propaganda Oral** es la que más nos ayuda a interpretar algunas de las claves que caracterizan a todo Rumor:

- Su capacidad para **descubrir los vicios públicos** y advertir sobre los "males" que de ellos pueden derivarse.
- Su capacidad **persuasiva y carácter finalista**, estudiada formalmente en la Retórica de Aristóteles y utilizada por grandes figuras históricas: Lutero, Napoleón...
- Su capacidad para **exportar la cultura**.

**D) En la Sociología** cabe destacar las aportaciones que encontramos al analizar:

**a) La Construcción Social de la Realidad y, en especial, el conocimiento e interacción en la vida cotidiana.**



La interacción en la vida cotidiana es para Erving Goffman una representación teatral en la que cada uno adquiere un papel determinado en función del que representan los otros. Este "marco teatral" acompaña a todo Rumor en su transmisión.

Amando de Miguel completa esta idea con la afirmación de que las personas adoptan tantas caras o papeles ante las expectativas de las terceras personas como situaciones de interacción sean posibles. De cara a la Interacción en la Organización, cabe destacar dos conclusiones de interés para el Rumor:

- Que en la interacción entre individuos de diferentes status, el de menor status suele estar mejor informado que el otro, lo que le sitúa en una posición de ventaja inicial que le ayuda en la conversación a compensar la desigual posición social de partida.
- Que el tema de conversación favorito de dos individuos que interactúan es hablar de terceras personas, de los "otros", bien para ensalzarlos, bien para todo lo contrario.

**b) El funcionamiento del Pequeño Grupo**, estudiado por M.S. Olmsted y más concretamente, el estudio de la **organización social informal que emerge en todo grupo** -siguiendo un código que valora en especial la lealtad a dicho grupo-. Dentro de un grupo aparecen subgrupos y relaciones de liderazgo y subordinación. El líder acaba recibiendo mayor número de confidencias y por ello conoce mejor que ninguno lo que pasa en el grupo.

**E) En la Sociolingüística William Labov desarrolla toda una "Etnografía" del habla que cuestiona "porqué alguien dice tal cosa".**

Antes de profundizar en ello, Labov se plantea un conflicto metodológico que nos afecta también en el estudio del Rumor: la "Paradoja del Observador", que se plantea la **validez de unos estudios sobre el habla que parten de una observación sistemática, cuando lo que en realidad interesa es saber cómo habla la gente cuando no está siendo sistemáticamente observada.**

Para superar esta paradoja Labov propone realizar observaciones no sistemáticas y espontáneas del habla. Deberemos seguir este camino en aquellos estudios empíricos que diseñemos en el futuro sobre el Rumor.

La principal conclusión que podemos obtener de estos estudios sobre el habla es que el vocabulario de éste es muy reducido, lo que colabora a **transmitir una conciencia social estereotipada en el caso del Rumor.**

**F) La Semiología, que analiza los procesos culturales como procesos de Comunicación, y que defiende la teoría de que es el lenguaje el que determina la Cultura, y no al revés (Umberto Eco), nos acerca al tema central de esta tesis: la influencia que el Rumor -como proceso de comunicación- ejerce en la Cultura de la Organización.**

Desde la Semiótica Social M.A.K. Halliday deja patente la importancia del contexto y su estrecha relación con el Lenguaje: el contexto determina lo que decimos y lo que decimos determina al contexto. De la observación del modo en el que los sujetos utilizan el lenguaje en la vida cotidiana se

pueden obtener un número limitado de tipos generales de situación. A partir de éstas, y del estudio de cada Registro (o variedad de texto -unidad básica de la estructura semántica-) se puede predecir el tipo de lenguaje que se utilizará en un determinado contexto social.

4.- Para estudiar con rigor la influencia que ejerce el Rumor sobre la Cultura de una Organización, debemos delimitar con antelación qué entendemos por "Organización Humana". Juan Manuel Mazo nos aporta la noción que necesitamos, en toda su amplitud, al describirla como todo grupo humano cuyos nexos de unión entre sus miembros están formalizados y ritualizados en mayor o menor grado, según sea la función que este grupo desempeñe respecto a sí mismo, a sus integrantes y a los demás grupos humanos.

5.- También debe ser definido el concepto "Cultura". Para ello recordamos las visiones de J.L. Pinillos y de M.S. Olmsted al respecto. Pinillos concibe la cultura como el sistema de valores y metas de toda comunidad humana, a cuyo servicio se hallan las técnicas materiales. Olmsted nos aclara que la cultura debe ser concebida como un proceso de ajuste entre todos los miembros del grupo, para la configuración de un conjunto de normas que influyen en las percepciones de cada uno de sus miembros.

**6.- La delimitación del Rumor frente a otras formas de comunicación existentes en las Organizaciones se hace también necesaria antes de abordar las conclusiones respecto a la Influencia del Rumor en la Cultura de las éstas. A continuación se presentan las características propias del Rumor frente a otras formas y procesos de comunicación de las organizaciones.**

-> Interpersonal: el contacto entre los actores de la comunicación se produce cara a cara, de forma directa. Esta característica influye decisivamente en el proceso de transmisión del mismo.

-> Oral: al ser la comunicación oral, el lenguaje es común -poco elaborado- y cotidiano. También se verá influenciado el propio proceso de transmisión.

-> Informal: al ser una forma de comunicación espontánea, el Rumor se enmarca en la red de contactos informales de la organización y no "respetar" la estructura organizacional que marca "las reglas del juego" a las comunicaciones formales. Esta característica complica enormemente el estudio del Rumor, ya que controlar la espontaneidad supone contradecir la propia esencia de este tipo de comunicación.

-> El mensaje que se transmite es interesante, ambiguo y destinado a ser creído. Estas características, unidas a la siguiente, distingue al rumor de muchas otras formas de comunicación informal en la organización.

-> Su transmisión es encadenada y exponencial: el emisor del rumor transmitirá el mensaje a otros receptores seleccionados y éstos, a su vez, a otros que seguirán transmitiendo el rumor de forma

exponencial.

**El Rumor es un proceso de comunicación interpersonal que en las Organizaciones se manifiesta oralmente y de manera informal, cuyo mensaje es interesante, ambiguo y destinado a ser creído, y cuya transmisión es encadenada y exponencial.**

**7.- Respecto al Contexto en el que se desenvuelve el Rumor dentro de la Organización cabe afirmar que la revolución tecnológica y la flexibilización de sus estructuras en función de diversos factores económicos y de las nuevas exigencias espacio-temporales del trabajo de hoy, están provocando la eliminación de la mayor parte de los procesos de comunicación informal necesarios en todo grupo humano cohesionado.**

Esta sustitución de las relaciones interpersonales por el contacto telemático - que provoca unos niveles de incomunicación altos-, así como la continua aceleración del ritmo de trabajo, conceden cada vez menor espacio y tiempo a las modalidades "informales" de comunicación de las organizaciones, incluido entre ellas al Rumor.

Entre los **factores exógenos** que pueden afectar a la Organización para la propagación interna de rumores consideramos a todos aquellos agentes sociales, económicos y políticos que influyen la actividad genérica o específica de la Organización en cuestión.

Los **factores endógenos** que propician la aparición y difusión de rumores en la organización provienen fundamentalmente de los conflictos que toda organización social lleva consigo. En especial, son claramente representativas las condiciones que se crean en situaciones de "infrainformación", "desinformación", "sobreinformación" -estudiadas por Kapferer-, "incomunicación" -Castilla del Pino- y solidificación de prejuicios -analizada por Allport-.

**8.- El Proceso Comunicativo del Rumor en las Organizaciones reproduce los mecanismos básicos que se experimentan en toda comunicación oral interpersonal, aunque con las siguientes características diferenciales:**

**a) Respecto a los procesos básicos previos a la comunicación del Rumor:**

- La **percepción**, en cuanto proceso constructivo de la realidad, se ve afectada por la presión social del grupo -J.L. Pinillos-.
- El **recuerdo** quedará influido por la subjetividad de cada individuo al retenerse aquello que él considere más importante.
- La **verbalización de ese recuerdo** se verá afectada por la riqueza del vocabulario -ya hemos comentado la limitación que sufre el lenguaje de la vida cotidiana- y los hábitos de expresión oral.
- La **necesaria complicidad** entre los actores del Rumor -en palabras de Musitu "la coincidencia de las actitudes preexistentes"-, que se establece antes de que éste se transmita.

**b) En cuanto a la fuente del Rumor**, suele ser en un primer momento desconocida, pero fiable. Conforme el mensaje se transmite, sus fuentes pasan a ser los sucesivos emisores de éste, que suelen percibirse como personas bien informadas y suficientemente creíbles.

**c) Respecto a los actores de este tipo de comunicación**, cabe resaltar que cada receptor se convierte en un inmediato "emisor" del núcleo central del Rumor. Estos actores desempeñan unos determinados papeles en la Organización -descritos por Kapferer- que se corresponden con **funciones**

necesarias en toda relación inter e intragrupal -ver apartado f) más adelante.

**d) Del contenido del mensaje del rumor** podemos afirmar que éste, para ser transmitido, debe ser **interesante, ambiguo y debe estar destinado a ser creído.**

**e) El Rumor se distingue de otras formas de comunicación en la Organización por un característico proceso de transmisión:**

- El contacto entre los actores se produce cara a cara, en persona y de forma directa.
- La transmisión del mensaje es, por tanto, **oral, espontánea y rápida.** El lenguaje que se emplea es el común -poco elaborado- y cuenta con toda la riqueza comunicativa de los mensajes no verbales.
- Para su transmisión el rumor utiliza la red informal de comunicación en la Organización, lo que complica enormemente su estudio empírico.
- Su transmisión se produce de forma encadenada y exponencial, lo que ayuda a reforzar los nexos de unión entre los miembros de un determinado subgrupo de la organización.

**f) Las principales funciones que "asume" el Rumor en el seno de la Organización son las siguientes:**

- Servir de **"barómetro"** de la situación comunicativa de la Organización, no sólo como síntoma de tensiones entre sus miembros, sino también para conocer el grado de interrelación y

complejidad existente entre sus miembros.

- Informar, persuadir y gratificar emocional y racionalmente a los actores del mensaje.

- 8.- **La Cultura de las Organizaciones ha sido investigada por Terrence E. Deal y Allan A. Kennedy con un enfoque, a nuestro juicio, muy interesante: para ellos, en la vida organizacional se reproducen una serie de ritos culturales que tienen su ámbito de actuación en los procesos informales de la red cultural de dicha organización. Recordamos las palabras de los autores al respecto (Deal, E. y A.A. Kennedy: 1985:90)**

**"Creemos que el 90% de lo que ocurre en una organización no tiene ninguna relación con los acontecimientos formales".**

Por lo tanto, el estudio de esta **red cultural**, que da "cobijo" a "nuestro" Rumor y le confiere el marco idóneo y la importancia que desde el principio hemos otorgado a este tipo de comunicación, nos ayuda enormemente a enfocar adecuadamente el objeto de nuestro estudio.



**APÉNDICE**

---

## APÉNDICE

---

Texto literal del Apéndice del libro:

ALLPORT, G. W. y Leo POSTMAN. *Psicología del Rumor*, tr. del inglés por José Clementi, Buenos Aires: Ed. Psique, 1967, 254 pp.

### **NORMAS PARA OFICINAS ENCARGADAS DE LA PREVENCIÓN Y REPRESIÓN DEL RUMOR EN TIEMPO DE GUERRA**

*(Redactadas y distribuidas por el Comité de Massachusetts para la Seguridad Pública, en colaboración con la "Clínica de Rumores" del periódico "Herald-Traveler", de la ciudad de Boston)*

#### **I. PERSONAL**

1. La persona a cuyo cargo esté la dirección de este trabajo debe ser hombre maduro, dispuesto a obrar con imparcialidad de juicio y dotado de sentido común.
2. Tanto el director como el personal auxiliar deberán poseer conocimientos básicos de la psicología del rumor.

#### **II. COMISIÓN ASESORA**

Es condición esencial que el personal consultor sea competente y activo. La comisión deberá estar compuesta por tres tipos de personas. Como el manipuleo de rumores suele requerir delicadeza de juicio, es importante que los asesores estén capacitados para contrarrestar las debilidades subjetivas y rutinas mentales del director.

1. Asesores técnicos. Incluyénse en este grupo a psicólogos y psiquiatras. Es indispensable una preparación en psicología social y psicología anormal para una cabal interpretación de los fenómenos propios de los rumores que se vayan presentando.
2. Asesores representativos. Puesto que las oficinas de esta naturaleza se ven a menudo enfrentadas con problemas que requieren un trato diplomático, es necesario contar con una amplia representación de organizaciones del clero, gremiales, comerciales, raciales y culturales. Ha de evitarse todo conato de parcialidad.
3. Asesores prestigiosos. Se eligen entre personas prominentes y de influencia dentro de la comunidad. Es innegable el sello de dignidad y respetabilidad que su presencia confiere a la comisión, asegurando así el éxito de su cometido. De otra parte, pueden citarse a menudo como personas autorizadas para la refutación de rumores. Es conveniente incluir en este grupo a representantes de las fuerzas armadas de la nación, de ministerios, etc.

### III. COOPERACION PUBLICA EN LA DELACION DE RUMORES

Ha de darse amplia publicidad a la ubicación de la oficina y a los medios para comunicarse con ella, a fin de que la población pueda transmitirle todo rumor perjudicial a la seguridad nacional. Ha de ponerse cuidado en alcanzar todos los niveles sociales.

1. Puede adoptarse el procedimiento de asignar a miembros de la comunidad la tarea de registrar y delatar todo rumor que llegue a sus oídos. Para facilitarles el cometido, pueden enviárseles cuestionarios cada par de semanas. Además de servir como red registradora de rumores, este grupo, acertándose en la selección, puede utilizarse como atalaya de la opinión pública.
2. Se instará a los particulares a que comuniquen por carta los rumores que lleguen a su conocimiento. Las cartas recibidas serán contestadas con toda cortesía.
3. Deberán tomarse las precauciones posibles para captarse la confianza del público en cuanto a las altas finalidades y a la sinceridad de propósitos de la organización.
4. La oficina jamás deberá apropiarse la función policial de delatar a particulares ni reconvenirlos por el hecho de esparcir rumores.

#### IV. REPRESION Y REFUTACION DE RUMORES

Los rumores serán refutados únicamente por autoridades competentes. Es muy importante, por lo tanto, que la oficina establezca relaciones firmes con las autoridades superiores de la nación (ejército, armada, etc.) En otro orden de ideas, pueden emplearse a dirigentes locales para que desvirtúen algún rumor particularmente ponzoñoso.

1. Los rumores deberán ser siempre pasados a otras entidades para su refutación. Las clínicas de rumores deberán abstenerse de contestar un rumor invocando su propia autoridad.
2. La refutación deberá ser lógica y concreta. Una reacción pobre o poco concluyente menoscabará la confianza pública en la empresa. El nivel literario y dialéctico en una "clínica de rumores" periodística deberá ser más elevado que en el periodismo corriente, por cuanto los lectores tienden a ser hipercríticos de la falta de lógica en quienes quieren pasar por lógicos, aparte que sospechan de quienes se proponen desvirtuar creencias corrientes o prejuicios cristalizados.
3. No exagerar nunca el caso. Muchos rumores cuentan con un meollo de verdad. La confianza pública se acentuará si el articulista adopta una postura de absoluto candor. Cuando el rumor es verdadero substancialmente, y a la vez perjudicial, es mejor no favorecerlo con una publicidad aún mayor.
4. No partir de la suposición de que todos los rumores son enemigos. La oficina pierde prestigio si se recalca demasiado el hecho de que los rumores son invenciones enemigas. Mejor será decirle al público que algunas voces corrientes son propaladas por las estaciones de radio enemigas y abstenerse de todo otro comentario.
5. Engarzar el rumor en un contexto negativo. Antes de expresar el rumor, condenarlo: después de expresado, condenarlo nuevamente.
6. No imprimir jamás ni difundir por cualquier otro medio rumores que se expresen con "slogans" o sonsonetes pegadizos. Desmenuzar la frase pegadiza para que resulte difícil recordarla. El peligro en estos casos es que, aun refutados, los estribillos y dichos de contextura aforística quedan en la memoria.

Por ejemplo, en lugar de decir que un rumor expresa que las domésticas sureñas están organizando "Eleanor Clubs" cuyo lema es "Toda mujer blanca en su cocina para Navidad", mejor será decir "Corre el rumor de que las sirvientas de color sureñas, están organizando "Eleanor Clubs", cuyo objetivo sería obligar a las mujeres blancas a atender por sí mismas sus labores domésticas".

7. Habrá de dejarse un margen de tiempo prudencial para que la comisión asesora lea el material de redacción de las "clínicas de rumores" antes de enviarlo a la imprenta. La comisión emplea dos o tres días para recibir, leer y hacer cualquier crítica que crea prudente acerca del manuscrito.

8. Enseña la experiencia que sólo alrededor del 8% de los rumores recibidos en la mesa de redacción merece ser publicado. El director de la oficina debe estar preparado para manipular el resto uno por uno: más o menos la mitad corresponderá ser tratada por otras entidades (Cruz Roja, autoridades portuarias, etc..) y contestada también individualmente. Muy pocos rumores merecen ir a parar al cesto de los papeles. El manipuleo de rumores es una tarea absorbente y no debe ser tomada a la ligera.

9. Al negar rumores raciales, por regla general, no debe mencionarse la raza afectada. Englobar todas las víctimas expiatorias en la discusión (por ejemplo, negros, judíos, dirigentes gremiales, capitalistas, irlandeses, políticos, británicos, etc...), y demostrar cómo la misma charla maliciosa corre respecto de todos y cada uno de estos grupos sociales.

10. Los rumores no deberán ser presentados en un contexto que pueda hacerlos aparecer como meros chistes. El público no debe mirar el asunto como si fuese simple entretenimiento jocoso.

11. Nunca debe usarse una "clínica del rumor" para promover el punto de vista sustentado por el diario editorialmente. Debe observarse al respecto el más alto nivel de objetividad. Utilizar este nuevo recurso para afianzar tendencias políticas o de otro orden sería ofender a la ética periodística.

12. En los programas radiales dedicados a rumores deberá ejercitarse el máximo de cautela a fin de no promover involuntariamente su difusión, en lugar de deesacreditarlos.

## V. MODOS DE OPERACION

La oficina ha de estar capacitada para llenar diversas funciones moralizadoras.

1. Se presentarán muchos problemas para cuya solución habrá que apelar a la imparcialidad de juicio, al conocimiento del nivel de educación de la comunidad y a la voluntad de cooperar en la estructuración de una sana moral en la comunidad.

2. La oficina deberá estar preparada para poner en práctica todos o la mayoría de los siguientes procedimientos:

a. *Comités Investigadores.* Algunos rumores pueden ser combatidos mediante el nombramiento de un comité de investigación encargado de determinar los hechos sobre el terreno. El informe del comité será finalmente publicado junto con el texto del rumor.

b. *Carteles.* Mucho material gráfico tiene la única virtud de servir de fuente de información para el enemigo. El efecto desmoralizador de los rumores cizañeros es quizá mucho más serio y se presta fácilmente a la ilustración gráfica.

c. *Propaganda Escrita.* Folletos, diagramas, fascículos, etc..., si están bien escritos y no pecan de los vicios ya mencionados arriba, son instrumentos efectivos para hacer llegar al público informaciones y advertencias relativas a los rumores.

d. *Programas Radiales.* Hay dos tipos de programas radiales eficaces para combatir los rumores. El primero es el de los programas "realistas". La lógica que está en la base de este enfoque es que si los hechos son asequibles y completos, no quedará a los rumores campo para prosperar. El segundo tipo de programa trata de rumores y chismografías generales. Estos programas ilustrarán la ridiculez, los peligros y las amenazas que encierran los rumores en tiempo de guerra. Ha de observarse, no obstante, sumo cuidado para que los rumores no ganen en publicidad al ser difundidos por medio de la radio. Recuérdese: el público sintoniza a programa iniciado y cambia de estación a destiempo.

e. *Oradores y Voceros.* Contar con personas dispuestas a hablar en público ante toda clase de organizaciones, que sean capaces de discutir las versiones corrientes y de ilustrar los peligros que encierra la creencia de rumores, es un recurso valioso en

cualquier campaña contra los rumores.

f. *Guardianes de la moral del pueblo*. Son personas pertenecientes al mismo grupo social o comunidad y cuya principal tarea es recoger los rumores que circulan entre el público. Constituyen una red de escuchas y dan la pauta de la opinión pública.

g. *Artículos Periodísticos*. Esta publicidad pertenece al género ilustrado por el artículo aparecido en *The Reader's Digest* de septiembre de 1942, intitulado: *Boston Makes War on Rumor* (Boston en guerra contra el rumor). Otras colaboraciones periodísticas dentro del género literario del cuento corto o de la crítica social podrían referirse a la relación del rumor con la guerra, con la propaganda, etc...

h. Películas. Aun cuando el cinematógrafo es un medio eficaz para llevar el tema al conocimiento del público, hoy se lo considera de escasísima utilidad. La película *Mr. Blabbermouth* constituye sin embargo un notable ejemplo sobre el tema.

## VI. LINEAS DE ATAQUE CONTRA EL RUMOR

Puede encararse una campaña de publicidad contra el rumor empleando las siguientes líneas de ataque:

1. El rumor no merece fe; es casi siempre falso. Ninguna persona sensata confiaría en él.
2. El rumor puede ser un instrumento de la propaganda enemiga .
3. Los rumores destruyen la moral del pueblo: es antipatriótico y vergonzoso difundirlos.
4. La persona que esparce rumores es tonta, maligna y peligrosa.
5. Difundir rumores suele ser una manera de descargar en gente inocente las propias flaquezas.

## BIBLIOGRAFÍA

---



## BIBLIOGRAFIA

---

## INTRODUCCIÓN

---

CACERES, M<sup>a</sup> Dolores y Carmen CAFFAREL. "La Investigación sobre Comunicación en España" *TELOS, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, (Madrid), Fundesco: Dic'92-Feb'93, n<sup>o</sup> 32, pp 109-124.

CASARES, J. *Diccionario Ideológico de la Lengua Española*, Barcelona: Edit.Gustavo Gili, 1952, Tomo II, 1.124 pp.

ORTEGA CAVERO, David. *Thesaurus. Gran sopena de sinónimos y asociación de ideas*. Barcelona: Ed. Ramón Sopena, 1988, Tomo II, 1.550 pp.

Real Academia Española. *Diccionario de la Lengua Española*, 21<sup>a</sup> ed. Madrid, 1992.

ROUQUETTE, Michel Louis. *Los rumores*, tr. del francés por Eddy Montaldo, Buenos Aires: Ed. El Ateneo, 1977 (e.o.:1975), 124 pp.

SINTES PROS, Jorge. *Diccionario de aforismos, proverbios y refranes*. Barcelona: Ed. Sintés, 1961, 595 pp.

The Annenberg School of Communications, University of Pennsylvania, Oxford University Press. *International Encyclopedia of Communications*. New York, 1989, 4 ts.

## CAPITULO I: METODOLOGÍA CIENTÍFICA Y TEORÍAS DE ACCESO

---

BECKER, JÜRIG. "La Investigación sobre Comunicación en Alemania. Contribuciones recientes". *TELOS, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*. Madrid. Fundesco: Di.'92-Feb'93. n<sup>o</sup> 32. Pg. 40

BELTRAN, Miguel. "Cinco vías de acceso a la realidad social" *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. Madrid: CIS. Vol 29, Enero-Marzo 1985, pp 7-41.

BOSCH GARCIA, Carlos. *La Técnica de Investigación Documental*. Mexico: Universidad Nacional Autónoma, 1959, 153 pp.

CACERES, M<sup>a</sup> Dolores y Carmen CAFFAREL. "La Investigación sobre Comunicación en España" *TELOS, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, (Madrid), Fundesco: Dic'92-Feb'93, nº 32, pp 109-124.

CASTILLA DEL PINO, Carlos. *Naturaleza del Saber*. Madrid: Taurus Ediciones, 1970, 99 pp. (conferencia: *Naturaleza del Saber Científico*).

DEFLEUR, Melvin F., BUCETA FACORRO, Luis y CUESTA CAMBRA, Ubaldo. (Universidades de Syracuse (EEUU) y Complutense (Madrid)) "Análisis experimental e intercultural del recuerdo de noticias en prensa, radio, televisión y ordenador" en *SOCIEDAD Y UTOPIA. Revista de Ciencias Sociales*. Septiembre 1992, núm 2., pp. 9-25.

DELGADO, Juan Manuel, GUTIERREZ, Juan. *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Editorial Síntesis, 1994, 669 pp.

DIEZ NICOLAS, Juan. "Sociología y Relaciones Públicas", en *Tratado General de Relaciones Públicas*. Madrid: Fundación Universidad Empresa, 1986.

MUSITU, Gonzalo, *Psicología Social*. Valencia: N.L., 1978, 156 pp.

ROUQUETTE, Michel Louis.

1- *Los rumores*, tr. del francés por Eddy Montaldo, Buenos Aires: Ed. El Ateneo, 1977 (e.o.:1975), 124 pp.

2- *Les phénomènes de rumeurs*. tesis doctoral, Universidad de Provenza, 1979.

SIERRA BRAVO, Restituto. *Tesis Doctorales y Trabajos de Investigación Científica*. 2ª ed. Madrid: Editorial Paraninfo, 1988, 479 pp.

The Annenberg School of Communications, University of Pennsylvania, Oxford University Press. *International Encyclopedia of Communications*. New York, 1989, 4 ts.

## CAPITULO II: APROXIMACIÓN MULTIDISCIPLINAR EN LA INVESTIGACIÓN DEL RUMOR

---

ALLPORT, Gordon W. *La Naturaleza del Prejuicio*, tr. del inglés por Ricardo Malfé, 3a. ed., Buenos Aires: Ed. Universidad de B.A. Rivadavia, 1962, 575 pp. (e.o.: "The Nature of Prejudice" 1954).

ALLPORT, F.H. y M. LEPKIN. "Wartime rumors of waste and special privilege: Why some people believe them.", *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 40, 1945, pp 3-36.

ALLPORT G.W. y Leo POSTMAN:

1- "An Analysis of Rumor", *Public Opinion Quarterly*, 10, invierno 1946-1947, pp 501-517.

2- "The basic psychology of rumor". *Transactions of the New York Academy of Sciences*, Series II, 8, pp 61-81.

3- *Psicología del Rumor*, tr. del inglés por José Clementi, Buenos Aires: Ed. Psique, 1967 (e.o.: 1947), 254 pp.

ALVAREZ, Jesús Timoteo. *Historia y Modelos de la Comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo*. Barcelona: Ed. Ariel S.A., 1987 y 1992, 186 pp.

BECKER, JÜRIG. "La Investigación sobre Comunicación en Alemania. Contribuciones recientes". *TELOS, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*. Madrid. Fundesco: Di.'92-Feb'93. nº 32. Pg. 40

BENAVIDES DELGADO, Juan. *Comentario al libro de Teresa Velazquez: Los políticos en la televisión. Aportaciones a la teoría del discurso al diálogo televisivo*. (Barcelona: Ariel Comunicación, 1993, 284 p), 1993, 3 p.

BERGER, Peter L. *Rumor de Angeles. La sociedad moderna y el descubrimiento de lo sobrenatural*, tr. del inglés por Luis Cuellar. Barcelona: Ed. Herder, 1975, 172 pp.

BLANQUEZ FRAILE, Agustín. *Diccionario Latin Español*, Barcelona: Ed. Ramón Sopena, 1946, 1.302 pp.

CACERES, M<sup>a</sup> Dolores y Carmen CAFFAREL. "La Investigación sobre Comunicación en España" *TELOS, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, (Madrid), Fundesco: Dic'92-Feb'93, nº 32, pp 109-124.

CERAM, C.W. *El Misterio de los Hititas*. tr. del alemán por Jaime Gascón. (1<sup>a</sup> Ed. en Julio de 1957) Barcelona: Ed. Destino, 6<sup>a</sup> Ed. 1973, 265 pp.

DEFLEUR, Melvin F., BUCETA FACORRO, Luis y CUESTA CAMBRA, Ubaldo. (Universidades de Syracuse (EEUU) y Complutense (Madrid) "Análisis experimental e intercultural del recuerdo de noticias en prensa, radio, televisión y ordenador" en *SOCIEDAD Y UTOPIA. Revista de Ciencias Sociales*. Septiembre 1992, núm 2, pp. 9-25.

GUTIERREZ BALLARIN, Ricardo:

1- *Memoria o Tesina* bajo la dirección del Profesor Dr. D. Pedro Orive Riva. Universidad Complutense de Madrid, Cátedra de Estructura de la Información, Madrid, junio de 1980.

2- *Rumor y Manipulación Informativa: eficacia del mismo*. (Tesis Doctoral), Director Profesor Dr. D. Pedro Orive Riva. Departamento de Estructura de la Información, Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1986.

HERMIDA LLORET, José M<sup>a</sup>. *La Estrategia de la Mentira: manipulación y engaño de la Opinión Pública. De los grandes escándalos financieros al caso Bosé*. Madrid: Editorial Temas de Hoy, 1993, 341 pp.

IMBERT, Gérard, *Los Discursos del Cambio. Imágenes e imaginarios sociales en la España de la Transición (1976-1982) (III Parte: Mass Media e Imaginario Colectivo: Simulacros políticos)*, Madrid: Ediciones Akal, 1990, 204 pp.

KAPFERER, Jean-Noël.:

1- "La rumeur de Villejuif: un cas de rumeur de la consommation", *Revue française de gestion*, 51, 1985, pp 87-93.

2- *Rumores. El medio de difusión más antiguo del mundo*, tr. del francés por Alberto Magnet, 1a. ed., Barcelona: Plaza & Janes Editores, 1989 (Colección Hombre y Sociedad), 285 pp.

3- "Une rumeur de poison chez les Français", *Communications: Journal européen de la Communication*, 1, 1985, pp 111-119.

4- "Une rumeur de la publicité: la publicité subliminale", *Revue française du marketing*, 110, diciembre 1986.

KATZ, E. y P. LAZARSFELD, *Personal Influence: the part played by people in the flow of Mass Communications*, Nueva York: Free Press, 1955.

KINDER, Hermann y W. HILGEMANN:

1- *Atlas Histórico Mundial I. De los orígenes a la Revolución Francesa*, tr. del alemán por Carlos Martín Álvarez y Antón Dieterich Arenas, Madrid: Ediciones Istmo, 1970, pp 311.

2- *Atlas Histórico Mundial II. De la Revolución Francesa a nuestros días*, tr. del alemán por Antón Dieterich Arenas, Madrid: Ediciones Istmo, 1971, pp 358.

KNAPP, R., "A Psychology of Rumor", *Public Opinion Quarterly*, 8 (1), 1944, pp 23-37.

LAZARSFELD, P.F., B. BERELSON y H. GAUDET. *The People's Choice*, Nueva York: Duell, Sloan and Pearce, Inc, 1944.

MENENDEZ PIDAL, Ramón. *Gran Enciclopedia del Mundo*, Bilbao: Ed. Durvan, 1961 (Undécima reimpresión 1973).

MORIN, E., *La Rumeur d'Orléans*, Paris: Editions de Seuil, 1969.

MUSITU, Gonzalo, *Psicología Social*. Valencia: N.L., 1978, 156 pp.

OFFICE OF WAR INFORMATION, Intelligence report: *Rumors in wartime*, 1942.

PETERSON, W. y N. GIST, "Rumor and Public Opinion", *American Journal of Sociology*", 57, 1951, pp. 159-167.

PIZARROSO QUINTERO, Alejandro. *Historia de la Propaganda. Notas para una Historia de la propaganda política y de guerra*, Madrid: EUEMA, 1990, 475 pp.

ROUQUETTE, Michel Louis.:

1- *Les phénomènes de rumeurs*. tesis doctoral, Universidad de Provenza, 1979.

2- *Los rumores*, tr. del francés por Eddy Montaldo, Buenos Aires: Ed. El Ateneo, 1977 (e.o.:1975), 124 pp.

SHIBUTANI, T, *Improvised News: A Sociological Study of Rumor*, Indianapolis: Bobbs Merrill, 1966.

WILLIAMS, Raymond (comps.) *Historia de la Comunicación. De la imprenta a nuestros días*. tr. del inglés por Daniel Laks, Barcelona: Bosh Casa Editorial S.A., 1992, Vol. 2.

YOUNG, Kimball. *Psicología social de la revolución y de la guerra*. Buenos Aires: Paidós, 1969, 79 pp.

CAPITULO III: DEFINICIÓN DE UNIDADES CONCEPTUALES  
QUE INDIRECTAMENTE AYUDAN  
A LA COMPRESION DEL RUMOR \_\_\_\_\_

ALLPORT, G. W. y Leo POSTMAN. *Psicología del Rumor*, tr. del inglés por José Clementi, Buenos Aires: Ed. Psique, 1967 (e.o.: 1947), 254 pp.

ALLPORT, Gordon W., *La Naturaleza del Prejuicio*, tr. del inglés por Ricardo Malfé, Buenos Aires: Ed. Universidad de B-A. Rivadavia, 1962 (e.o.: "The Nature of Prejudice", 1954), 575 pp.

ARANGUREN, José Luis. *La Comunicación humana*. Madrid: Ed. Tecnos, 1986, 251 pp.

BENAVIDES DELGADO, Juan.:

1- *Comentario al libro de Teresa Velazquez: Los políticos en la televisión. Aportaciones a la teoría del discurso al diálogo televisivo*. (Barcelona: Ariel Comunicación, 1993, 284 p), 1993, 3 pp.

2- *Los Escenarios de la Comunicación Mediática*. Documento. 1995 (a confirmar su publicación).

BERGER, Peter y Thomas LUCKMANN, *La Construcción Social de la Realidad*, Buenos Aires: Ed. Amorrortu, 1986 (1a. Ed. en castellano 1968), 233 pp.

BERGER, Peter L., Mary DOUGLAS, Michel FOUCAULT y Jürgen HABERMAS. *Análisis Cultural*. Buenos Aires: Ed. Paidós SAICF, 1988 (1ª Edición en inglés en 1984). Capítulo 2: La fenomenología de Peter L. Berger.

CARRERA VILLAR, Francisco. *Curso de licenciatura "Psicología aplicada y métodos de investigación" (apuntes tomados por María Elena Mazo)*, Universidad Complutense de Madrid: Facultad de Ciencias de La Información, Madrid, curso 1986-1987.

CASTILLA DEL PINO, Carlos, *La Incomunicación*, Córdoba: Ed. Península, Nueva Colección Ibérica, 1969, 153 pp.

DEFLEUR, Melvin L., Luis BUCETA FACORRO y Ubaldo CUESTA CAMBRA. "Análisis experimental e intercultural del recuerdo de noticias en prensa, radio, televisión y ordenador". *Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales*, nº 2. Septiembre 1993, núm 2, pp. 9- 25.

DIEZ NICOLAS, Juan. "Sociología y Relaciones Públicas", en *Tratado General de Relaciones Públicas*. Madrid: Fundación Universidad Empresa, 1986.

DURVAN S.A. de Ediciones. *Nueva Enciclopedia del Mundo*. Bilbao, 1989. Tomo XI.

ECO, Umberto. *La Estructura Ausente. Introducción a la Semiótica*. Barcelona: Edit. Lumen, 1981, 510 pp.

GOFFMAN, Erving. *La Presentación de la Persona en la Vida Cotidiana*. Buenos Aires: Ed. Amorrortu, 1987 (1a. Ed. en inglés en 1959).

HALLIDAY, M.A.K. *El Lenguaje como Semiótica Social. La Interpretación Social del Lenguaje y del Significado*. tr. del inglés por Jorge Ferreiro Santana (1ª Ed. en 1978 Londres), México: Fondo de Cultura Económica, 1982.

HERMIDA LLORET, José Mª. *La Estrategia de la Mentira: manipulación y engaño de la Opinión Pública. De los grandes escándalos financieros al caso Bosé*. Madrid: Editorial Temas de Hoy, 1993, 341 pp.

JACQUARD, Roland, *La Desinformación. Una Manipulación del Poder*, Madrid: Ed. Espasa- Calpe, 1988.

JAKOBSON, Roman. *Ensayos de Lingüística General*. Barcelona: Ed. Seix Barral, 1981, pp 406.

KAPFERER, Jean-Noël., *Rumores. El medio de difusión más antiguo del mundo*, tr. del francés por Alberto Magnet, 1a. ed., Barcelona: Plaza & Janes Editores, 1989 (Colección Hombre y Sociedad), 285 pp.

KINDER, Hermann y W. HILGEMANN, *Atlas Histórico Mundial I. De los orígenes a la Revolución Francesa*, tr. del alemán por Carlos Martín Alvarez y Antón Dieterich Arenas, Madrid: Ediciones Istmo, 1970, pp 311.



KINDER, Hermann y W. HILGEMANN, *Atlas Histórico Mundial II. De la Revolución Francesa a nuestros días*, tr. del alemán por Antón Dieterich Arenas, Madrid: Ediciones Istmo, 1971, pp 358.

LABOV, William, *Modelos Sociolingüísticos*. Madrid; Ed. Cátedra, 1983, 411 pp.

LAKOFF, George y Mark JOHNSON. *Metáforas de la Vida Cotidiana*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1991 (Ed.o. en 1980, Univ. of Chicago: "Article "Conceptual Metaphors in every day language" en el "Journal of Philosophy LXXVII, 8 Agosto 1980, pp 453-486).

LARA, Antonio. *Curso de doctorado "Análisis de las Narraciones Gráficas" (notas tomadas por María Elena Mazo)*, Universidad Complutense de Madrid: Facultad de Ciencias de La Información, Madrid, Octubre de 1988- Junio de 1989.

LOPEZ LITA, Rafael. "Reflexiones sobre la comunicación". *IPMARK*, 295, 16-30 Septiembre 1987, p. 59.

MAESENEER, Paul de. *"Here's the News. A radio news manual"*, Unesco Associate expert.

MARTIN SERRANO, Manuel, José Luis PIÑUEL RAIGADA, Jesús GRACIA SANZ y Ma. Antonia ARIAS FERNANDEZ. *Teoría de la Comunicación: I. Epistemología y Análisis de la Referencia*. Volumen III de Cuadernos de Comunicación. Madrid: A. Corazón, editor, 1982 (2a. Edición revisada y ampliada).

MAZO SALMERON, María Elena. *Cómic, crítica y cultura*. Trabajo de investigación para el Curso de Doctorado "Análisis de las Narraciones Gráficas" dirigido por el Dr. Antonio Lara, Madrid, 1989.

MIGUEL, Amando de. *Introducción a la Sociología de la Vida Cotidiana* Madrid: Cuadernos para el Diálogo, 1969, pp 129.

MUÑOZ, Blanca. *Cultura y Comunicación. Introducción a las Teorías Contemporáneas*. Barcelona: Editorial Barcanova, 1989: 437 pp.

OLMSTED, M.S., *El Pequeño Grupo*, Biblioteca del Hombre Contemporáneo, Buenos Aires: Editorial Paidós, 1972.

ORIVE RIVA, Pedro. *Estructura de la Información 2: Comunicación y Sociedad Democrática*, Madrid: Ed. Pirámides, 1978, 389 pp.

PINILLOS, José Luis. *La Mente Humana*, Madrid: Ediciones Temas de Hoy S.A., 1991, (Colección Fin de Siglo) 250 pp.

PIZARROSO QUINTERO, Alejandro. *Historia de la Propaganda. Notas para una Historia de la propaganda política y de guerra*, Madrid: EUDOMA, 1990, 475 pp.

ROUQUETTE, Michel Louis. *Los rumores*, tr. del francés por Eddy Montaldo, Buenos Aires: Ed. El Ateneo, 1977 (e.o.:1975), 124 pp.

The Annenberg School of Communications, University of Pennsylvania, Oxford University Press. *International Encyclopedia of Communications*. New York, 1989, 4 ts.

WINKIN, Yves. *La Nueva Comunicación*. (compilación de la obra de Bateson, Birdwhistell, Goffman, Hall, Jackson, Schefflen, Sigman y Watzlawick). Barcelona: Kairos Psicología, 1982.

#### CAPITULO IV: EL RUMOR Y SU INFLUENCIA EN LA CULTURA DE LAS ORGANIZACIONES

---

BARRANCO, Francisco Javier. *"Informe Capital Humano: Comunicación Interna en la Empresa: un Plan de Actuación"*, REVISTA CAPITAL HUMANO Nº 1. Mayo 1988, pp. 19-28.

BLANCO, Adolfo y SENLLE, Andrés. *Desarrollo de Directivos y Calidad Total en la Organización*. Colecc. Cultura Empresarial e Innovación. Madrid: ESIC-EDITORIAL, 1988, 220 pp.

CASTILLO, Juan José. *"Nuevas Tecnologías y condiciones de trabajo"*. TELOS, CUADERNOS DE COMUNICACIÓN, TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD Nº 5. Madrid: FUNDESCO. Enero-Marzo 1986, 24-36 pp.

COSTA, Joan. *Imagen Pública. Una Ingeniería Social*. Madrid: FUNDESCO, 1992, pp 307.

CHAVES, Norberto. *La Imagen Corporativa. Teoría y Metodología de la Identificación Institucional*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1988, 188 pp.

*Diseño e Imagen Corporativa en las Instituciones Públicas*. Madrid: INSTITUTO DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA INDUSTRIAL -IMPI- y el INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA, 1989, 126 pp.

DEAL TERRENCE, E. y KENNEDY ALLAN, A. *Culturas Corporativas. Ritos y Rituales de la Vida Organizacional*. Mexico: Fondo Educativo Interamericano, 1985, 245 pp.

GARMENDIA MARTÍNEZ, José A. *"La Cultura de la Empresa: una aproximación teórica y práctica"* REVISTA ESPAÑOLA DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS. Nº 41, Enero-Marzo 1988. Madrid: CIS, pp 7-23.

HERMIDA LLORET, José M<sup>º</sup>. *La Estrategia de la Mentira: manipulación y engaño de la Opinión Pública. De los grandes escándalos financieros al caso Bosé*. Madrid: Editorial Temas de Hoy, 1993, 341 pp.

KAUFMAN, Arnold. *La Ciencia y el Hombre de Acción*. Madrid: Biblioteca para el Hombre actual. Edic. Guadarrama, 1967.

LÓPEZ NAVIA, Santiago Alfonso. *El tratamiento de las ideas y la organización del discurso*. Artes Liberales: Serie Trivium N° 2. Villaviciosa de Odón: Ediciones CEES, 1995.

MARTIN SERRANO, Manuel, José Luis PIÑUEL RAIGADA, Jesús GRACIA SANZ y Ma. Antonia ARIAS FERNANDEZ. *Teoría de la Comunicación: I. Epistemología y Análisis de la Referencia*. Volumen III de Cuadernos de Comunicación. Madrid: A. Corazón, editor, 1982 (2a. Edición revisada y ampliada).

MAZO DEL CASTILLO, Juan Manuel.:

1- *Las decisiones sobre Medios en Comunicación por Objetivos*. (Tesis Doctoral). Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1991, 745 pp.

2- *Estructuras de la Comunicación por Objetivos. Estructuras Publicitarias y de Relaciones Públicas*. Barcelona: Editorial Ariel (Colección Ariel Comunicación), 1994: 599 pp.

3- *¿Triunfar sin Comunicación? Una Reflexión desde Maquiavelo*. Artículo publicado en COMUNICACIÓN ALTERNATIVA. Barcelona: ADECEC, Febrero 1994, 4 pp.

MUÑOZ, Blanca. *Cultura y Comunicación. Introducción a las Teorías Contemporáneas*. Barcelona: Editorial Barcanova, 1989: 437 pp.

PINILLOS, José Luis. *La Mente Humana*. Colecc. Fin de Siglo. Madrid: Ed. Temas de Hoy, 1991, 250 pp.

PIOTET, Francoise. *"Las Consecuencias de las nuevas formas de empleo en la vida familiar, y en la organización social"*, REVISTA ESPAÑOLA DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS N° 38. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Abril-Junio 1987, pp. 193-216 (traducción de Vera Pinto Coelmo).

R. BLAKE, Robert; SRYGLEY MOUTON, Jane & ADAMS McCANSE, Anne. *La Estrategia para el Cambio Organizacional*. Serie de Desarrollo Organizacional. Wilmington. Delaware. EEUU: Addison-Wesley Iberoamericana, 1991, 262 pp.(versión española de la obra "Change by Design" de estos autores, 1989).

REVON, Alain. *"Communication Ascendante"*. Paris: Les Éditions d'Organization, 1988, 104 pp.

SAUVY, Alfred. *"L'Opinion Publique"*.P.U.F., nº 701, 1967.

SHELDON GREEN, Peter. *La Dirección ante situaciones de crisis. Cuando la imagen de la empresa está en juego*. Barcelona: Ediciones Folio, 1994: 245 pp.

SCHMERTZ, Herb & NOVAK, William. *El Silencio no es Rentable. El Empresario frente a los Medios de Comunicación*. Barcelona: Ed. Planeta, 1986.

VELAZ, José Ignacio. *"Los Rumores: ¿Barreras o medio de comunicación?"*, COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD, Volúmen VI, Nums. 1 y 2, 1993.

ZACHARIS, John C. y BENDER COLEMAN C. *Comunicación Oral, un Enfoque Racional*. Mexico: Ed. Limusa, 1978. Versión autorizada de la obra en inglés "Speech Communication, a rational approach", Ed. John Wiley & Sons, Inc., 1976.